创意摄影基础

The Fundamentals of Creative Photography

[英] 大卫·普拉克尔 著

李京 张昊 译

another in the AVA Academia series...

国际顶尖艺术教育出版集团AVA摄影教育力作震撼登场

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

VISIT…

LANZAROTE Caliente.COM

本书从专业眼光出发谈如何进行摄影创意，内容更加关注于摄影的商业应用，而不以个人拍摄与自我满足为出发点。创意是本书的重点，但我们更希望这一重点能够满足商业客户的需求。

- **从摄影基础理论开始，指导读者掌握在实际拍摄过程中需要用到的知识。**
- **汇聚了大量从业人员的经验与教训，从沟通的重要性一直谈到行业内的重要信息及建议与忠告。**
- **精心选择大量创意摄影业内实际案例。**

本书对于那些想要涉足这一行业的人来说，是一本不可多得的入门指南；对于那些掌握了基本摄影技术的人来说，可以帮助他们更好了解业内实际工作模式。

可作为高中、职高或成人教育、社区大学教材使用

适用于摄影专业、设计专业以及其他相关创意专业学生

可作为摄影师、业内人士及培训人员的实用工具书

美术编辑：胡萍丽

分类建议：艺术／摄影
人民邮电出版社网址：www.ptpress.com.cn

ISBN 978-7-115-22976-2

ISBN 978-7-115-22976-2
定价 79.00 元

[英] 大卫·普拉克尔 著

李京 张昊 译

创意摄影基础

人民邮电出版社

北京

图书在版编目（CIP）数据

创意摄影基础 / (英) 普拉克尔著 ; 李京, 张昊译
. -- 北京 : 人民邮电出版社, 2010.7
ISBN 978-7-115-22976-2

Ⅰ. ①创… Ⅱ. ①普… ②李… ③张… Ⅲ. ①摄影艺
术 Ⅳ. ①J41

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第086890号

创意摄影基础

◆ 著 [英]大卫·普拉克尔
译 李 京 张 昊
责任编辑 王 琳
◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 http://www.ptpress.com.cn
深圳嘉盈高彩色印刷有限公司印刷
◆ 开本：889×1194 1/16
印张：12.25
字数：390千字 2010年7月第1版
印数：1－5 000册 2010年7月深圳第1次印刷
著作权合同登记号 图字：01-2010-2514号

ISBN 978-7-115-22976-2

定价：79.00元

读者服务热线：(010)67132705 印装质量热线：(010)67129223
反盗版热线：(010)67171154

版权声明

An AVA Book
Published by AVA Publishing SA
Rue des Fontenailles 16, Case Postale
1000 Lausanne 6, Switzerland
Tel:+41 786 005 109 Email:enquiries@avabooks.ch
Copyright©AVA Publishing SA 2010
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form of by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording of otherwise, without permission of the copyright holder.

版权声明

本书由瑞士AVA出版社授权人民邮电出版社独家出版发行。未经版权所有人和人民邮电出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或通过任何方式（包括电子、机械、影印、录音等）传播本书全部或部分内容。

版权所有，侵权必究。

内容提要

《创意摄影基础》是一本全面介绍摄影创意的指导图书。从摄影基础理论开始，传授读者拍摄完美创意影像所需的各方面知识，揭示创意图像行业专家的实际工作流程。本书从专业眼光出发谈如何进行摄影创意，内容更加关注于摄影的商业应用，而不以个人拍摄与自我满足为出发点。创意是本书的重点，但我们更希望这一重点能够满足商业客户的需求。

本书对于那些想要涉足这一行业的人来说，是一本不可多得的入门指南；对于那些掌握了基本摄影技术的人来说，可以帮助他们更好地了解行业内的实际工作模式。本书适用于摄影专业、设计专业以及其他相关创意专业学生，可作为高中、职高或成人教育、社区大学教材使用，也可为摄影师、业内人士及培训人员的学习参考。

目录
004
如何能从本书中得到最多的信息
006
前言
008

1
摄影的基础
010
形式元素——构图
014
设计原则
018
技术上的考虑
022
曝光和互易
025
摄影语言
028
把它们全都放在一起
033
创意与意图
034

2
交流
036
视觉认识能力
040
所有权
042
读图
044
解构
046
符号学——对符号的研究
050
影响
054
关于摄影的谈话——技术语言
056
关于摄影的谈话——艺术语言
058
关于摄影的谈话——感情语言
060

3
应用摄影
062
摄影的形式
066
商业与广告
069
编辑类
076
体育类
080
建筑类
082
社会类
084
野生动物类
089
纪实报道类
093
时装类
101
在摄影领域里工作
106

PDG

4

职业素养
112

接受教育
116

学做助理摄影师
118

实际工作
122

作品集
125

推销自己
130

中介与代理
132

专业机构
134

5

概述
136

客户
140

共同语言
142

你的创造力可以走多远
144

输出要求
146

时间与期限
150

法律问题
152

假冒与剽窃
154

模特与肖像权
156

团队协作
162

安全操作
164

6

工作流程
166

摄影工作流程
170

基本工作流程：拍摄前
172

基本工作流程：拍摄
174

基本工作流程：传输
176

基本工作流程：处理
178

基本工作流程：编辑
180

基本工作流程：为输出进行优化
182

基本工作流程：存档
184

基本工作流程：编目和数码资产管理
186

数码影响
188

工作流产品
190

结束语
192

词汇
194

致谢
196

无题
格雷格·钱德勒

这个杂志亭中出现的每一张图片或是来自图片库或是专为内容组织拍摄创作的。摄影师为广泛媒体创作图像

PDG

摄影是一种艺术的自我表现形式。对很多摄影师来说，这既是创作的源头也是它的归宿。摄影师的目标是对个人视觉进行精雕细琢，尽可能创作出最美、最感人或者最能与观者相互交流的图像，无论主体是什么。目标完全是自我设定的。回报（不算摄影竞赛的）则是个人的自我陶醉和可能的赞扬。但是，如今这个充满图像的世界到处都是由不同动机创作的图片。这些摄影可不是自我表现的。大部分从事摄影的专业人士都参与了这个过程——专为他人的使用来创作图像。创意是非常宝贵的，因为只有独特的和有冲击力的图像才会从众多的图像中脱颖而出并被人们所记住。但这是一种代表他人体现使用价值的独特的创意。

一个能够完整描述这种摄影的题目很难被找到。早先的读者可能会认识并理解“应用摄影”（applied photography）这个词。如今，这个词汇仅限于准确表达现代图像创作与图像运用的内容。应用摄影还包含纯粹用于记录的科学影像和图像，这肯定不是本书要讨论的。但是，“应用”一词，也可以是为某些其他目的而运用创意摄影图像的意思——通常有商业的内容，虽然不一定都有。我们选择将其称为“创意摄影”（creative photography）。

创意摄影的基础，必须建立在对摄影技术的基础原理和构图与设计的形式元素的理解上。本书认为摄影是一种具有词汇和语法的语言，现代摄影师必须流利地运用这种语言以便理解客户的需求，这样才能创作出对于观看者来说既能理解又能互相交流的影像。本书的第一部分仔细地讨论了如何有意识、具有表现力地运用摄影技术。

交流是成功创意摄影的关键。接下来的部分会探讨视觉认识能力、图像的拥有者和使用者以及他们如何影响其内容。通过精心选择的例子，读者会看到如何拆开——解构一幅图像来读懂其意义，以及理解摄影师的意图和图像的目的和所表达的信息。这一部分同时还会提供一个很容易理解的对符号学的简介——对符号的研究。另外，还会探讨影响和背景。在创意影像中工作的一个关键是能够准确且简单明了地描述你所见到的或者你所想要创作的东西。这一部分的最后将探讨如何能够精确运用技术、艺术与情感语言。

那么你觉得在创意摄影业中你的工作机会在哪里呢？接下来的这一部分会探讨创意摄影业各个不同的部分，包括为广告和商业考虑的图像创作——为出版而拍摄照片的相似点与不同点。时装摄影是最被追捧的一个专业，但它同时也是最难以进入的。虽然很多创意摄影客户会是一个品牌、一个机构或一个出版物，但也会有一些付费的创意作品是为个人创作的。社会摄影（私人委托的个人、家庭和团体的肖像）有着不同形式的客户关系。通常，这是适合于某些摄影师（但不适合与其他摄影师的）建立在一对一的基础上的关系。

新闻采访和编辑类图片摄影，也不适合所有的摄影师。在这个行业中还有一些角色，你并不是作为一个活跃的图像创作者进行工作，而是与某个画廊或图片库的图像打交道。这些紧密关联的，需要对创意摄影过程完全了解的角色，也将被探讨。

要参与到创意行业通常意味着需要商业进而专业的关联。本书第四部分中详细探讨了如何去开发一个专业的方式，如何得到合适的教育以及如何获取经验。你将需要推销并宣传你的才能以便赢得工作，这一部分会解释如何创建一个用于展示的作品集（硬拷贝或者建立在网页上）以便能发出正确的信息而得到正确的订单回馈。当你建立好作品集后，加入一个专业团体或者雇佣一个代理来代表你与客户进行谈判。

在创意摄影中，客户要求拍摄。但你需要了解他们对你的要求以及你能为他们做什么，接下来的部分会简单探讨这个内容。可以是一个正式或非正式的协议，一个摄影师与客户之间的互相理解。它包括一些重要的事项，比如你的创意能走多远；如何用一个合适的形式来提交最终的作品；以及如何处理法律和合同问题。这一部分还将讨论如何与别人一起工作以及如何安全地工作。

理解摄影工作流程是理解创意行业中影像制作的一个关键。本书最后部分解释了基本的工作流程，从“拍摄前”的计划到资产管理。通过案例的研究，这部分将探讨基本工作流程中各部分的不同应用。这一部分的结尾将讨论专门用于处理摄影工作流程的计算机软件。

观察照相机
（View Camera，一般称为大画幅相机）
米歇尔·伍德

学院或大学的摄影教育会给你空间来发展你的创意；掌握一系列专业设备以及尝试不同的风格和技术

PDG

1

摄影的基础

摄影的（形容词），与摄影相关的。

基础（名词），事物所基于的指导或基本原则。

2

交流

老虎机
菲尔·巴顿,
Laurence Hudghton Photography图片库

一个有创意的摄影师，总是能够用摄影技术创作出有更多东西的图像。例如，这里显示的，对景深的控制

这个世界充满了图像，大部分是拍摄的或者某种程度上以摄影为基础。虽然我们理所当然地认为，摄影传达了我们对视觉世界的理解——它无处不在而且永不停歇。社会看起来被图像过载了。当我们看到照片时，我们当然认识它。摄影曾经被认为是一种记录的媒体，但有些人会说它那真实的边界越来越模糊了。我们必须从一开始就问："到底摄影是什么？"我们可能会提到日光胶版法（heliography）。那是为第一幅来自与自然的试验图像的命名，它诞生于约 1826 年，是由一位名字叫做尼埃普斯（Joseph Nicéphore Niépce）的法国人制造的。他将他的发明称为日光胶板（heliographs），其来源是希腊文字中的"太阳"和"书写 / 画"。那时没有一个被普遍接受的字眼来命名用光来创作影像的制作方式。在英国，与 Niépce 与之后的 Daguerre 不同，威廉姆·亨利·福克斯·塔尔博特（William Henry Fox Talbot）将他的方式称为照相绘画（photogenic drawing）——意思就是由光而产生的绘画。

1839 年，当摄影工艺在英国和法国向公众和科学界公布后，天文学家、塔尔博特的朋友约翰·赫舍尔（John Herschel）爵士提出了摄影（photography）一词的建议。它同样也是古希腊文字中光和绘画或书写动作的文字的结合体：photos 和 graphien。所以，摄影是关于用光线创作图像的。它包括（但不局限于）用镜头创作的图像，这也就是为什么在今日的艺术和教育中有一个分类被贴上了"镜头为基础的媒体"（lens-based media）的标签的原因。现在我们知道了摄影是什么了，我们需要问：社会要用摄影做什么？同样，你问多少人这个问题，你就会有多少个答案。但是，答案会按不同主题来分类，比如是为了分享、记住一段情感、提交一个想法或在某种情况下吸引人们的注意力。

我们现在对摄影是什么以及我们用它做什么达成了一致。要创作我们自己的好质量的影像，我们需要知道一幅好照片是由什么创造的。向人们提问他们想象中什么创造了好照片会产生很多答案。如果你对足够的人提问，他们的答案会在两个完全不同的分类中。一类关注一幅图像中的技术方面——曝光、使用的摄影技术等。另一类则比较难以定义——有些人会说它与这幅图像的艺术方面有关。将"艺术"和"摄影"两个词放在同样一句话中马上会引出一系列的其他问题，所以我们将这个分类称为与摄影"构成"有关。我不想讨论什么是好照片，我想借用摄影记者安德里亚斯·费宁格（Andreas Feininger，1906–1999）所用的定义，他将其称之为有效摄影（effective photography）——一个好技术和很强构图的组合。

PDG

形式元素——构图

摄影师只有一定的选择来让一个物体在一幅图像画面中显现出来。他们可以选择或改变以下元素：影调值来创造或改变形状和体积，光的质量和阴影，空间，质感，颜色，视点和透视，选择和构图（很小意义上的对主体进行摆放 / 安排），相机控制（快门速度 / 光圈）以及照明（影室中的灯光可以在摄影师的控制之下）。就像“一幅好照片是由什么创造的？”这问题的答案一样，你从上面列出的项目中很快就能发现它们被划分为技术和构图两个方面。摄影的技术将在后续内容中进行讨论，上面项目列表中剩下的就是构图这个形式元素了。

在正规艺术教育与绘画构图分析中，几个形式元素被提了出来：线条、形状、影调和形式、质感、空间和颜色。创意摄影师的一部分任务就是在一幅照片中辨认它们并对它们进行处理。

构图是一个区分形式元素并将它们组织起来产生一个最终图像的过程。它是摄影师运用的头脑中的编辑，让最终图像能够容易地被观看者“阅读”。通常，摄影构图包括对光和主体的操控——更多情况下，它强调的是选择和重点。

“构图是一个区分形式元素并将它们组织起来产生一个最终图像的过程。”

PDG

线条

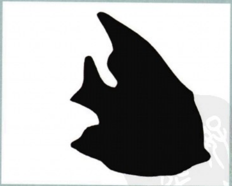
对于艺术家来说，线条既可以是画纸上实际的痕迹，也可以是暗示的边界或者是由图像内其他项目暗示出来的虚拟的或光学的线。线条（它们的形状和方向）可以对图像中的情绪产生很强的影响。

在人物照片中，最强有力的线条之一就是视线（gaze line）——我们总是注意他们在看什么，被摄者所看的主体是在画面之中还是在画面之外对一幅图像来说区别很大。

摄影杂志和书籍经常讨论“引导线”（leading lines）——构图中强有力的线条，能够将人们的视线引导到被摄主体，但这却并未被现代眼睛运动研究所确认。我们的眼睛和大脑会寻找有最多信息的区域（有着高反差和细节的很小区域）而不是跟随着构图中的线条。

形状

形状是由另一个形式元素所定义的，通常是可能存在的，也可能实际不存在的边界线。形状也可以是一个由光、质感和颜色组成的一个区域。在二维世界中，一个简单的形状需要添加阴影，这样就能创作出有高光和阴影的影像。如果形状有量，那么形式就有了体积。光的种类和位置能够创造出一幅照片中可靠的外观——理解光对被摄主体的效果可以控制光，这是摄影技术的关键。



影调和形状

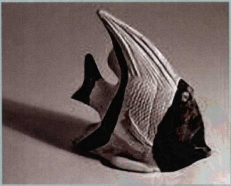
光亮和暗影是摄影的基本组成部分。"黑与白"曾经是惟一的影像种类。但是，一幅黑白图像不仅仅是黑与白，亮与暗，它还包含更多的内容。它有完整的影调，从纸白到亮，从中灰到暗灰，直到浓黑。

在摄影中，对一个三维物体表面的光的改变创造出了最终图像中渐变的影调——灰色或彩色的暗影让观看者能够解读出形状。

在数码摄影中，黑白图像指的是更准确的描述——灰阶。摄影师称灰色或彩色的亮或暗为"影调"(tone)——你会经常发现艺术家们用"值"来表示同样的质量。

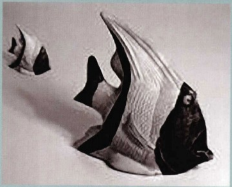
质感

质感是光和物体表面互相作用产生的特性；抛光的金属和玻璃表面反光很强，甚至可能会像镜子一样没有任何质感。木头有一种质感，来自于它的细小高光和暗影图案，当光线照射到其纹理上时就显现出来了。如何运用光来显现或隐藏质感是摄影师需要开发的最重要技术之一。



空间

空间既可以是二维的，也可以是三维的。它通常是指在二维媒介上表现三维（在二维媒介上表现三维是摄影最重要的特点之一，本书其他部分还会探讨它的）。正像物体有阴阳之分，形状和空间也有阴阳之分。在阳的形体之间分别是阴的体积和空间。



颜色

从技术上说，颜色是人对不同波长的光能落到我们眼睛的视网膜上光感细胞上所产生的感知反应。

要理解在摄影的调色板上选择颜色，将它们限制在一定的颜色范围内，选择相互协调或不协调的颜色，选择暖调或冷调的颜色，这都是摄影师必须面对的关于色彩方面的问题。除此之外，在颜色的技术方面，还有复制的保真度（准确度），整个工作流程中的控制管理，以及光源颜色和白平衡等综合事项。

颜色对我们的作品的基调和情感有很大的影响，它是创意摄影师工具箱中的重要工具。

设计原则

摄影的形式元素是质量。它们是被摄主体的特性而不是制作过程。设计的原则是你如何对待这些元素，要把形式元素想象为原材料而将设计原则想象为烹饪术。设计原则根据不同内容有各种不同的定义；平面设计师、艺术家和摄影师有不同的需求。就摄影来说，对设计原则的考虑应该包括：多样性、模式、强调（焦点）、对称和非对称平衡、运动和反差。对它们的运用会产生出和谐的图像，图像中的每个部分都必不可少且相互呼应。

"把形式元素想象为原材料而将设计原则想象为烹饪术。"

多样性

多样性很容易就能被认识到，但也可能很难在简单的重复和视觉混乱中找到很好的平衡。这意味着要使用同样或类似的物体，或引入一个新的具有反差的元素：同样的形状，但不同的质感；同样的颜色，但不同的形状。

PDG

模式

模式和多样性一样需要很小心地运用，以避免没有理由的重复。有些摄影师，在开始学习艺术时，发现了“模式拍摄”（the pattern shot）而陷入了观察并拍摄所有重复的东西，就像这样才足够产生具有冲击力和意义的图像一样。

反差

强调来自于运用光或颜色来吸引并留住观看者的注意。同时它也是镜头（可以被关注）的一个特性以及景深的运用。当我们探讨构图技术时，我们会回头再说强调。对大多数摄影师来说，设计原则的关键是反差。这与技术层面的反差不是一个概念，技术反差是指黑与白或者暗与亮的对比——而这里所指的则是选择互为反差的通常元素。

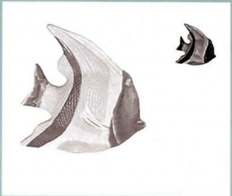
饥饿的男孩和传教士
乌干达卡拉摩亚区（1980年）4月
迈克·威尔斯

这幅获奖作品的力量来自于它本身的众多反差：颜色、大小、营养充足和营养不良、贫穷和富裕

PDG

平衡

视觉上的平衡很难被描绘出来。对于绘画，一个经典的试验是将画布用一个中央垂直线分开，然后根据形状的大小和明暗的运用等来判断两边的平衡。平衡不必非用一条中线来判断不可，一个很强的构图元素在画幅边缘也可能将一幅图像分为不同的部分，以转移视觉支点。平衡可以是从一边到另一边或者从上到下，但一幅图像中前景与背景元素的平衡也一样重要。对称型平衡意味着同样的视觉重点平均地分布在支点周围。非对称平衡意味着一个很淡或很小的物体可以距离视觉支点很远。



运动

运动实际上是物体的潜在运动状态。传统照片中，没有任何东西在真的运动，但拍摄一个雨滴正要从垂直画面上方的树叶上落下来的照片——每次你看到那幅图像时，你都会想象到雨滴的滴落。

技术上的考虑

至此，我们已经讨论了摄影艺术的构图。技术同样也会对最终图像的结果产生很大影响。通常人们会简单地认为，摄影的技术方面就是让被摄主体在对焦范围内并很好地曝光，但就像我们将要在后面探讨的那样，摄影有着自己有别于其他艺术的语言。摄影的技艺服务于创意与艺术。

媒介

你开始运用创意摄影想法的过程应该从选择媒介开始。哪种图像技术最适合这项工作并能充分表达你的信息？如果你选择用数码的方式捕捉你的图像，你会用到何种程度的后期处理？图像将被怎样修改和调整？你也可以选择用胶片拍摄，它现在仍然有其特殊的和数码图像不同的表现，尤其是黑白胶片。

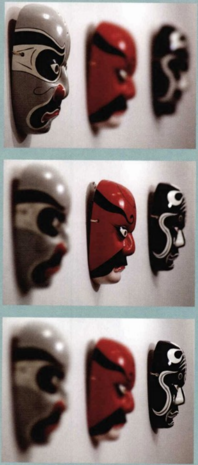
对焦

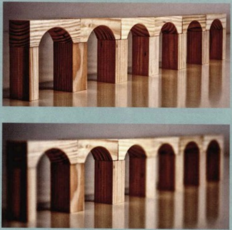
回到摄影技术最简单但也是最独特的方面。无镜头摄影（针孔摄影）还有追随者，因为它能够产生独特的，从近到远所有的东西都对焦的图像。镜头让摄影独一无二，特别是它们对焦与脱焦的能力。这是保持并引导观看者注意力的最强的技术之一。

景深

用光圈来控制进入相机镜头的光量带来了被称为景深的效果，这是对真实焦点前、后看起来都锐利的区域的最好解释。摄影师用景深来展现或隐藏画面的不同部分。

PDG





景深

选择图像中多少部分看起来清晰是主要的摄影技术之一。整个高架桥都清晰（上图）或者只是第 3 个柱子清晰（下图）。

选择性对焦

通过仔细选择图像中的对焦点，你可以转移观看者的注意力，在这一系列面具的图像中，从灰色到红色，再到黑色。

曝光

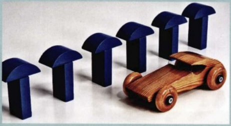
只要有技术上的正确曝光，就会有主观的曝光选择，也就能够用曝光不足或过度来让图像变暗或变亮。对影调的描述以及它们在图像中的分布产生了摄影师所说的调子。“主调”一词用来描述整体的影调。一幅肖像中的主光（key light）决定了图像的特点或基调，所以要用这个词。高调图像主要由很亮的影调组成，低调图像则大部分由暗影调组成；这与曝光不足或曝光过度的图像并不一样，因为它们都仍然有着完全的影调，可以进行很丰富的偏转调整。

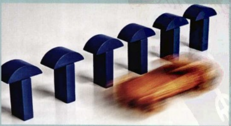
快门速度

曝光中光圈的伙伴是快门速度，对它的选择会给一幅图像以动感，无论是模糊的，还是在时间中被凝固的（不要将运动的模糊与由于不在焦点而形成的模糊混为一谈）。

快门速度

通过选择一个高速的快门速度，你能让移动中的车看起来是处于静止状态；而一个较慢的快门速度则会产生运动模糊。





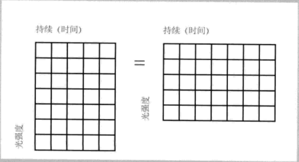
曝光和互易

理解所有感光材料的工作原理——无论是胶片、数码相机传感器或者小孩子们的晒图的关键是互易性原理（law of reciprocity）。就此而论，很多人都放弃了了解摄影是如何工作的，因为他们觉得到了这里的语言不得不变得技术化了。这些概念似乎很复杂，但并非如此。如果你知道如何烤一片切片面包——谁不会呢？那么你就已经知道了摄影的令人生畏的互易性原理。

用某种东西在光线中把图像变暗时，你可以发现有两种因素在起作用。如果你曾经进行过晒图，你就会知道有些日子比别的日子要好，这些日子里可以快速地得到很不错的图。阳光越强，云层越少，图就能越快地显现出来。而在阴天，似乎要花很长的时间才能让图像显现，而且在那种天气中，你从来都不会得到反差很强的图像。感光材料需要一定量的能量来产生变化。在阴天，当阳光不是很强时，产生一幅图像需要更长的时间。时间和亮度都有影响。

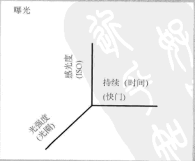
曝光

就曝光来说，同样的图像可以通过不同的强度和时间的组合来创作出来。



变量

曝光的三个变量：强度、感光度和时间。

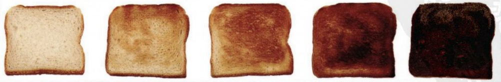


切片面包与摄影

摄影的基础课程很简单，就是如何去烤一块有合适棕色的切片面包。你需要的是一个可以控制的热源。假设你用的是一个电烤炉，你可以选择将热量设置在高档位或者低档位。要准确得到理想棕色的切片面包，你需要将切片面包在低档位上放置比在高档位上更长的时间。在低热度下，需要更长的时间达到完美的棕色。将热量换做光线，你就进入摄影了。将胶卷或数码传感器想象为一片切片面包。一个好的曝光就是正确的棕色。要得到它，你可以做两件事中的一件。你可以用很亮的光线在较短的时间内“烹制”你的图像，或者你可以将光的亮度调低，这样你就需要用更长的时间来得到完美的曝光。描述这种情景的技术名词是强度（光的亮度）和时间（光线照射的时间长度）。它们的关系由互易性原则来操控着，简单明了地说明了总的光量（曝光）是光的强度和曝光时间的产物。这就是说你可以用任何不同的强度和时间的组合来制作出同样的图像（从曝光意义上来说）。到目前为止，我们探讨了媒介融合时间和光的强度的互易性方式。我们假设图像媒介具有某种标准的感光度。而在实际运用中，曝光有三个变量，每一个之间都有互易性关系：感光度（数码相机里的ISO感光度或胶卷的感光速度），快门速度和光圈。

ISO感光度

除非使用大画幅相机，可以单独考虑曝光的单张胶片，摄影师通常会使用一卷特定的胶卷。如果不在中途还未拍完时取出胶卷并换用另一种胶卷，整卷胶卷将会按照同一个胶卷速度进行曝光。大部分使用小型的35mm胶卷或中画幅胶卷的摄影师认为这种对胶卷速度“设置后就可以忘记”的做法是理所当然的。因为胶卷速度在每次曝光时都不用被考虑进来，这样就让感光度在三个同样重要的变量中处在它不应该在的位置了。转换到数码相机后，早期的型号在低感光度外只能得到很严重的噪点，这样多



少让这种工作方式有了一些改变。随着每一代新的数码相机不断在更大范围的感光度里噪点问题上的改进，ISO 感光度最终会在曝光设定中回归到它应处所处的地位。使用数码相机时，感光度现在是应该经常被考虑的因素，如果需要，甚至可以逐张作为基础考虑。

自动设置

人们总是想让相机自动设置曝光变量。其效果可能很一般，肯定需要一些调整以适应个人的偏好。就像自动对焦一样，自动曝光本身并没有错，但摄影师必须知道在什么时候以及如何才能选择对相机建议的曝光进行修改。业余摄影者会使用所谓的曝光场景模式，专业摄影师使用的相机也有自动曝光模式（P- 程序曝光模式），还有半自动模式，让使用者能够选择一个曝光变量（快门速度、光圈）而让相机去相应地调整其他变量，包括感光度。

过去，人们通常只有快门优先（S 或 Tv- 快门或时间值）或者光圈优先（A 或 Av- 光圈或光圈值）模式。现在它们被感光度优先（Sv）曝光模式结合在一起，并被设计为在用户选择的感光度下，自动设置最优的光圈和快门速度组合；或是快门和光圈优先（TAV）模式，设计为在用户选择的快门速度和光圈组合时自动的选择最合适的感光度。

通过对强度和时间（镜头光圈和快门速度）的控制，摄影师可以对景深和动态进行控制。其目的是总能得到有高光和阴影细节的曝光，如果需要这些细节，就不会令人感到意外。

切片面包

菲利普・兰格/Shutterstock图片

互易性效果：未曝光、曝光不足、正确曝光、曝光过度和严重曝光过度的切片面包

摄影语言

抽象的意义上，摄影就是一种提取，也就是一种“去除”(removed from)。摄影先驱和他们的观看者们理所当然地认为相机记录的是某种科学的真实，这当然不是现代对这种媒体的理解。“相机从不说谎”是一句经常被人们使用的话。它揭示了商店里人们放着的看起来“真实”的照片作品。当代哲学的看法可以总结为相机不光从来不会说实话，而且更严重的是，它实际上除了说谎外什么都干不了——它提取，我们解读。摄影提取的是事实上的现实。

二维与三维

哪怕一幅照片很明确地想真实记录一个真正的物体，它仍然是一种提取。首先，一幅照片是一种选择。这个本质使得一幅图像的画框中只是世界的一部分而排除了别的部分。其次，照片本身是三维世界的二维表现形式。它描绘了从一个选择的视点所看到的某个固定的透视。人类有着立体的视觉（我们对深度和位置的感知是基于前景和背景形状的重叠）这种关系被固定在一幅照片中。

你不能从照片中看到某个物体背后的东西，这种关系是由摄影师来为你——观看者来决定的。大卫·霍克尼(David Hockney)曾经说过摄影“是一个独眼人通过一个小洞向外看”。这里能有多少真实呢?

照片
大卫·普拉克尔
用选择的、框住的二维图像来描述某一视点的三维世界，显示的是影调而不是颜色

时间和运动

提取的另一方面就是静态的照片必须面对动态世界的运动。时间和运动成了相机快门的领域，在某种程度上它能够凝固住时间，或者将一段时间整合在一幅照片中。一系列图像可以描述时间的流逝，但和时间本身流逝的体验完全不一样，你可以回头看一系列照片，重新回访过去的“时光”。

摄影师爱德沃德·迈布里奇（Eadweard Muybridge）在“移动影像”（movie）发展过程中所做试验探索中提出的静止图像序列是很值得我们铭记的。它们是一系列快速拍摄的静止照片的回放，让我们感觉它们是运动的。

对焦

因为我们在相机上使用镜头来形成图像，所以还有其他的摄影特征。首先质量是与对焦相关的。我们通常并不太注意自己眼睛的对焦和脱焦，但一个镜头却能在一个场景中通过对焦来描绘一个清晰的细节或者隐藏细节。通过控制对焦，摄影师可以把观看者的注意力吸引到他们图像的某一方面。相反，也能用模糊镜头来掩盖场景中的某些部分（详见对焦和景深部分）。

“哪怕一幅照片很明确地想真实地记录一个真正的物体，它仍然是一种提取。”

PDG

伦敦泰晤士河上的千禧桥
大卫·莱文

一个有意的浅景深、仔细选择的焦点和构图引导着观看者的眼光

光圈

我们需要某种机关来控制进入相机的光量以制造一个好的曝光。这样，我们就有了光圈——光路中一个简单的可以改变大小的洞。其工作原理就像我们眼睛的瞳孔，关小来减少进入系统的光线，开大来让我们在黑暗中能够看到东西。

光圈在以镜头为基础的媒介上产生了另一个光学效应——景深。它影响着镜头精确对焦点前和后图像上多大范围看起来清晰。例如，背景是否在焦点以外很模糊或者照片是否从最近的前景到最远的背景的细节都清晰？

焦点和景深的互相作用给了摄影师一个准确引导观看者的注意力到他希望的地方的机制。可以做一个复杂的视觉游戏，主体可以清晰地独立于背景，或者相反，主体可能被隐藏在模糊中，图像制作者故意分散观看者的注意力进而给人们一个视觉的谜去解。

作为语言的摄影

那么摄影是什么呢？理解摄影的最好办法是将它看作一个有自己词汇和语法的语言。其词汇被总结在下面的小框内。如何让这些“词”一起工作以产生一个可以理解的，有意义的描述就是构图的范畴了。为了避免文字的混乱，语言必须是有意义的。你可以写下一段语法正确但毫无意义的话：“洋蓟走过尖刻的狗”。同样，你也可能构成一幅没有意义的图像。向照片中注入意义和信息的是摄影师的意向。

摄影的词汇

取景
媒介的范畴

三维到二维
媒介的范畴

运动到静止
快门

对焦
镜头

景深
镜头光圈

彩色或黑白
媒介的范畴

脱钩NHS（英国国家卫生局）戒烟运动

这幅像用于反吸烟健康运动，很吸引人，它被注入了一个强有力的视觉概念信息

简单，简单，简单

这应该是摄影师的座右铭。大部分业余摄影师担心该把什么东西包括在他们的照片中，而专业的摄影师则会寻找他们能够把什么东西排除在照片之外的机会以增强效果，完善要传达的信息。在你拍摄照片之前就对它进行编辑。

把它们全部放在一起

构图就是我们如何将它们都放在一起。如果主题是一篇散文，我们提到写作时，人们很自然地就会介绍这篇散文是说什么的。我们很奇怪地注意到，大多数人在提到摄影构图时，讨论的是元素在画面中准确的几何摆放位置，而很少有人讨论照片内容本身。这就像讨论一个故事时，提到的都是语法和词汇，而从来不提人物和线索。你必须回头看照片开始的源头。它开始于摄影师的意向。一个强有力的照片开始于有某种理由的对主题的选择。然后进入视点和摄影技术上的考虑，接下来才是图像的“语言学”考虑，它让其意义用一种清晰和准确的语言传达给观看者。构图是将所有这些放在一起来创作出一个协调的视觉整体的过程。

用你的眼睛

安德里亚斯·费宁格（Andreas Feininger）对摄影师的建议是“研究——分离——组织”。他的意思是在拍摄照片之前，你要先看——在用相机前先用你的眼睛。四处走走；在“提交”你的照片前要考虑所有的视点（远/近、高/低）。弄清楚构图上需要什么，哪些元素需要被强调，而哪些需要被隐藏或去掉。用设计的原则来组织图像；只包括需要的东西，然后捕捉图像。

数码摄影的简单易用让摄影师草率了不少，先拍摄成百上千张照片然后在计算机中进行挑选。但是拍摄之前先考虑好，拍摄时就会拍得更好。不同的角度和保险拍摄是不错，但是对主体的密集轰炸却很少能够产生引人注目的图像。

传达信息

你怎么知道一幅图像能产生作用？你的图像是否符合目的？你可以通过别人对图像的反应来判断。他们理解你的信息吗？他们“得到”这些信息了吗？想想一直以来一个朋友向你展示他的照片时一直不断地给你解释每一幅照片的意义，包括了什么，没有包括什么——那种“你应该在那里”的时刻。那些照片就是构图没有起作用。每一幅图像只是一个让人记忆并讲述一个故事的辅助工具，而这个故事其实应该就在图像中被讲述的。如果你能够真正地提供一个作品集而不需要任何解释的话，那么你就知道你的构图已经成功了。

创意与意图

摄影（在过去通常会有文字解释的）现在成为了一种独立的交流方式，和文字解说处在同一地位。如果有什么事情发生，它会从速度上超过文字传达的信息，而且它本身就有向全球传达信息的潜在本质。

图像必须是有内容的，即信息。它可以是故意放置在内的（就像为广告或销售而设计的图像）或者它也可能是来自于摄影师的下意识而看起来不像是故意安排的（这种类型的图像通常能够在美术与个人表现领域中找到，而这并不是本书的主体）。专业摄影师追寻的是围绕信息构建的图像，然后将它们清晰、简单地传达给观看者。这是一个有意的过程，是必须将客户的需求创作成用视觉元素来表达他们信息的要求的过程。在某些类型的摄影中，如新闻摄影编辑类图片（专业的付费摄影形式），摄影师也传达了自己的信息，但它看起来更适合出版人或编辑选择的传播渠道。

想法和灵感

创意就像一个有机体，需要培育才能生长和繁荣。它需要不断训练并注入想法和想象，没有这些它就会死去。强有力、成功的图像来自于不断基于新文化和新技术想法的互相交流。

摄影师需要追踪他们的想法。因为他们“说的”是一种视觉语言，他们的笔记本里可能会有其他来源的草图或图像元素（多半情况下，“笔记本”是实际存在的，其形式是膝上计算机或一个袖珍相机）。但是，摄影师不能光靠简单通过浏览网页来让他自己流利地使用摄影语言。他们需要看到真实的图像来理解业内领头人所创作的作品的力量和质量。

开阔你的眼界

用怀疑的眼光去看别人的图像来开阔你自己的摄影师的眼界。问自己两个问题，即意思是否表达清楚，技术的质量如何。多看照片，而且要经常看。摄影是一种具有表达力的媒介。如果你不能通过这个媒介来表达你自己，那么你就不能充满信心地创作出表达别人想法的图像。

除了从尽可能多的来源汲取信息外，你还要创作出视觉作品。开始时，风格要尽可能多样，这样才能帮助你掌握摄影的各种技术，也能让你能更流利地运用摄影的语言。在各自领域里成功胜出的是有意识地而不是偶然地运用摄影语言的能力。

草莓、项链和纸杯蛋糕
卡罗琳·利明拍摄（埃米·班纳曼造型）

一个用来创作出和谐而引人注意的商业静物作品的强有力的概念

1

摄影的基础

PDG

2

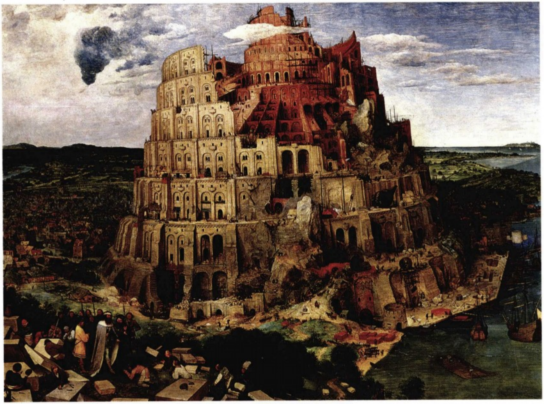
3

交流

交流（动词），互相理解地表达、交换或分享信息。

应用摄影

PDG



通天塔，1563年
彼得·老勃鲁盖尔

有时又被称为巴别塔，它的修建因语言不通而半途而废。这个故事告诉我们交流需要用通用的语言。有人认为摄影就是这些通用的语言之一

PDG

要想进行成功的交流，我们必须理解并共享与我们希望交流的对象使用同样的语言。对摄影师来说，这意味着你不光必须创作图像，而且你还必须能够“阅读”它们。文化参照可能需要为那些对该文化不太熟悉的人们精确地包装。例如，如果你想为一幅特殊的图像创作出一种格朗基时尚风格的样子，想象一下你给一个20世纪90年代时尚风格没有一点概念的客户或模特描述时会有多困难，更不用说回顾性的或甚至是讽刺性的使用时的理解困难了。

在创意应用摄影领域，摄影师是客户和观看者的中间人。摄影师必须理解并能够诠释客户的指令，但同时他还必须向客户解释这些指令如何能够用摄影的方式实现。然后，在广告拍摄场景中，摄影师必须将其用一幅能够清晰交流已经达成共识的信息的图像传达给观看者。

在某些创意应用摄影领域（比如新闻摄影）摄影师将更加独立地工作，但仍然需要与编辑团队一起工作与交流，还要能够像时装或广告摄影师那样讨论关于他们图像的十分相似的内容。

如果一位摄影师为某个推广工作，他们将花费很多时间讨论图像并且在这个过程的早期阶段将视觉语言化。一旦客户和摄影师对视觉方式达成了共识，摄影师就要将其注意力转到他们的最终用户——观看者。和客户讨论的内容现在必须在达成共识的创意与预算之内为观看者转换成为视觉信息。为了这个目的而进行的讨论必须包含很多基本内容。有三个特殊的部分需要被包含进来：图像的技术方面，艺术表现手段，以及图像的总基调和情感内容。在开发一个项目的简介中，这些通常会按如下顺序进行：基调／情感、艺术“面貌”和要达到这些目标的技术方式。客户可能没有必要知道这个目标是如何达成的，而将拍摄技术方面的问题完全交给摄影师，但有时摄影师有必要花一些时间来描述某些技术方面的问题。这可能是由于某些摄影灯光或设备需要租用来达到特殊的效果或者需要旅行到特别的拍摄现场而需要作出预算方面的决定。

视觉认识能力

交流就像一条发出和接受信息的双行线。视觉交流依赖于图像的交流。图像比文字更快地传达信息，同时图像经常是国际化的。现在很清楚书写的文字文化不可避免地正在转向图像交流——视觉的认知能力正在替代文字的认知能力。

视觉认知力在图像语言中非常流利。和任何一种口语的流利一样，你必须经常使用这种语言，这样你才能更好、更有信心地运用它。还有社会的流利。这意味着语言在社会的不同区域按不同的方式被应用着。即使讨论的是同样的图像，摄影师在影室里与其他摄影师、摄影助手、模特和设计师使用的语言和在向客户正式报告想法时使用的语言不会是一样的。

花的一场梦，1985年
杜安·麦克斯

杜安•麦克斯在这本由马克•利文斯敦（Marco Livingstone）写的名为《杜安•麦克斯精髓》（The Essential Duane Michals）一书中做了一个很大的关于性与道德的题目——性与死亡。这个系列的名字叫《花的一场梦》（A Dream of Flowers），这只是标题的字面解释，而四幅图像被连续地标为 A. I. D. S.（艾滋病之意）

A. DREAM OF FLOWERS

A.

I.

解读图像

认知力指的是解读其他人的图像和创作你自己有意义的能够交流的图像的能力。它涉及及现在作为“批评研究”（critical studies）的技巧，包括收集、分析、反省和批评图像，还有创作图像及修改它们的内容。在视觉认知力中，还有一个很重要的评判元素，你必须有对图像的真实性和有效性有一定的决定能力。林娜（Lynna）和佛洛德·奥斯本（Floyd Ausburn）曾指出传授学生们“辨别肤浅、迷惑和装腔作势与真实和有价值的东西”的重要性。

讲述

图片可以被用来讲故事，这被称为讲述。系列组照可以讲述包含时光流逝的故事，还允许我们比较和回忆故事过程中的不同时间点。一个系列可能是线性的；可能有分支，从不结束，周而复始，甚或没有一个真正的开始和结尾。

这种形式的摄影交流大师是杜安·米歇尔斯（Duane Michals）。他的系列组照“事物是奇怪的”（Things Are Queer）带着你从一个不明大小的浴室通过一面镜子和图画书上这个浴室的图像，到一个走廊，然后再回到正常大小的那个浴室。麦克斯的传记作者，马科·利文斯通（Marco Livingstone），说这个系列“就像进行了一次宇宙旅行，但却降落在原始的出发地而一无所知”。

D.

S.

所有权

接下来介绍谁“拥有”一幅照片这个复杂的问题。安排在这一部分开始介绍，看起来似乎很奇怪，然而，重要的是要了解，作为创意应用摄影一部分的图像，并不仅属于摄影师一个人。关于所有权，有哲学和法律两个方面。一幅图像可能包含很多人的创作，但并不是简单地作为自我表现而存在的；它是作为传递信息的通道或渠道而存在的。谁“拥有”图像和谁“写”以及控制它的信息，这对理解创意图像业是如何工作的很重要。

一幅图像的4个拥有者

摄影师

图像的创作者或拍摄者。

主体

照片中能够看到的人。

编辑

让图像面向公众的个人或组织。

观看者

观众。

上述每一位对图像的需求和权利根据不同的图像而不同，有些能在图像被拍摄前表达那些权利。

摄影师

很明显，作为一个摄影师，我拥有这个图像，而事实上不是。如果你创作出一幅你自己的图像并自己保存，你可能是那幅图像的惟一拥有者。有人会争辩说如果图像不被看到不被分享的话是根本不存在的。分享一幅图像就是向别人展示它，他们有观看的理由，有时他们对图像内容感兴趣。他们对图像的内容施加了影响，有时甚至是在图像被创作之前。这样他们也可以被认为是图像所包含的内容的“拥有者”。

主体

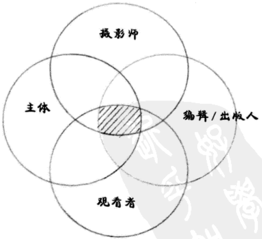
有些人认为，如果照片的主体是一个人，很明显，他们在某种程度上也“拥有”这幅图像。最近几年这样的争论变得很热了，因为这里有隐私问题。当照片的主体希望取得并行使对图像的发行和出版所有权时，道德的权利改变成了法律的权利。重要的是，隐私法和他人照片的拥有“权”各个国家都不一样。有些国家把权利包括在隐私法内，有些则不是这样。拍摄有他人的照片，如何尊重甚至可能购买他们的所有权，本书的另一部分将会探讨（参见第 156 和 157 页）。

编辑和观看者

出版一个图像，就是让它面向公众。向周围展示图像，这可能是一个正式的，也可能是一个非正式的过程。在SNS（社会网络）网站上，如Facebook或者MySpace上使用的照片有明显的界限模糊。有些人，上传了一些图像，在没有允许的情况下，有些商业机构使用了这些图像，无耻地侵害了所有者的权利。创作者的所有权被忽视了，同时被剥夺的还有对图像的控制权。有些个人和组织在让图像面向公众的过程中扮演着正式的角色，他们是为新闻通讯社、杂志、书籍和网站工作的出版人和编辑。同样，他们也对图像拥有权利，没有他们的同意，图像永远不会显现在观看者——读者和订阅者的眼前。他们选择到达你面前的图像。

一幅图像的4个拥有者

这个图显示了一幅图像的4个拥有者之间的关系：摄影师、主体、观看者和编辑/出版人



读图

为了能讨论图像，我们必须读懂它们。一幅照片本身并不能告诉我们什么，它只是二维形式的，只是在相机快门开启的那一段时间内照射到相机的光的记录。图像可能是彩色的或者是进一步提取为黑白照片的灰色影调。它甚至也可能是一本书里的原始照片的复制。

其他所有东西都来自我们对图案和主体影调区的认识，以及用我们的意识创建的某些随意或其他形式的意式。人类精于解决谜团而且很自然地去弄清楚他们所遇到的每一幅图像中所看到的东西。你带给图像的其他东西来自于你的记忆和图像产生的情感。

这幅图像想说明什么？

你以前应该没有看到过这幅图，它从来没有被出版过，虽然曾经被展览过一次并被用于教学。可以肯定地说你以前没有看到过。试着解读这幅图像吧

对图像的反应

一旦你读了一幅图像，你可能会希望对它有所反应。你对图像的两个用处最小的反应是“我喜欢这幅图像”和“我想这是一幅好或坏图像”。第一个完全是个人评论，如果任何人想就你的观点进行对话，它马上就显现为一种个人攻击。它肯定会限制住讨论。“我喜欢这幅图像，因为……”是一个更好的开始。第二句话（图像在某种程度上是好的或不好的）同样也是一个封闭性的评论。标准应该进一步明确。什么好或者什么坏？

对页的照片是关于对不明情况的恐惧以及当遇到紧张情况或受到威胁时我们可能会聚在一起面对它们。这是一幅心理肖像——关于心境的照片。当这幅照片在课堂上被展现出来时，它产生了各种不同的解释，很多是基于想象或个人的经历。反应从完全无所谓到真正的恐惧都有。

这幅照片是在老罗切斯特地铁站在宽街的步行入口的一次少有的开幕式上拍摄的。一小群人正在黑暗中张望，想弄明白这个被废弃很久的车站会是什么样子。这一群人，几乎都很恐惧，这点从他们的姿势上就能很清楚地看出来。他们聚拢以得到安全，而威胁来自哪里呢？

为什么这幅图像是肖像而不是静物呢？

在翻到下页前，想想这幅图像想说明什么——给它的内容进行列表分类。问问你自己，为什么可以说这幅图实际上是一幅肖像呢

解构

解构是一种批评分析方式，最早由法国哲学家雅克·德里达（Jacques Derrida）在20世纪60年代提出并流行开来。开始被应用于哲学和文学文字，后来被评论家们运用到艺术和摄影上，因为这些作品也能够被视为可以被分析的"文字"。如果你想知道某个事物是如何运作的，你必须将它拆分开来。然后你查看各个部件，看看它们相互是如何作用的，最后再把它们重新拼装在一起。

解构只是这个过程被应用到艺术上。它是对视觉交流的分析。所以，你该如何以及从哪里拆开一幅照片呢？最简单的就是观看图像，将里面出现的所有东西都罗列出来。对内容进行分类并弄清楚它们的意义。你可以已经开始回答这个问题了：它说明了什么？

语境（环境）研究（Contextualisation）

下一步就是将图像放到环境中。这种被称为语境（环境）研究的过程有很多方面。技术的摄影信息只是一方面。所选择的技术方法可能会与图像应该被如何解读有些关系。当代摄影师用很久以前的摄影方式来拍摄可能是要告诉你这个图像是属于艺术摄影而不是纪实摄影的内容。摄影教育家阿诺德·迦山（Arnold Gassan），说过"通常，观看者和摄影师都不会意识到照片交流的是什么以及个体的观看者能够给它带来什么。"

原始的社会和历史场景很重要。你会问：谁是目标观众？人为图像可能会与故事有些关联。图像的实际内容，包括各种标题或文字，都会有关联。随后你对图像所作的任何判断都需要标准。

对内容进行列表分类

对页的图像是由艾瑟·布波莱（Esther Bubley）拍摄的。它是一个完美展现解构过程的选择，最早是由美国俄亥俄大学的摄影教授阿诺德·迦山展示的。第一眼看来，图像似乎是一幅静物照片。开始研究这个图像要说明什么并将内容列表分类。问问你自己为什么我会争辩这幅图像实际上是一幅肖像。

分析

上页艾瑟·布波莱照片的标题是"斯图亚特·哈比（Stuart Haby）的梳妆台，得克萨斯州，1945"。这是一个为新泽西州的标准石油公司（Standard Oil Company）（1943 ~ 1950）而做的纪实项目中的一部分，也是这位女新闻摄影师关于得克萨斯州一个石油城生活图片故事的一部分。她因记录民土风情而知名，由罗伊·斯特里克掌管代理，他曾负责美国联邦农业农场安全署（Farm Security Administration）的摄影活动。

尽管布波莱的图像描述的是一些小物件，这幅图像给我们对这些物件的拥有者留下了强烈印象。一个辛劳工作的农场主，以一种幽默感和宗教感关心着自己的形象。图像中有意义的细节很快就给我们构建了这个农场主的一幅清晰的图像，通过摆放的宗教饰物和喜剧饰物，普通的和不一般的东西，展现了他的人物性格。摄影师只选取了原始场景中的这些东西包括在画框中，同时选择了照明和视点。

这个解构的过程使得观看者需要一些时间和努力来分析这幅图像中神圣的意变得越来越明显。虽然没有人出现在这幅照片中，但它却比任何一幅农场主正襟危坐的照片更像一幅肖像。

但是，如果观看者不仔细地看，就没有任何交流。这些物件就是它们本身的样子，没有隐藏任何重要的东西。但是摄影师在图像中运用的物件，不同层次及一系列符号的意义，对于观看者来说，解读的任务就变得更加困难并且需要更多的努力了。这幅图像很清楚的表明摄影能够告诉我们图像中没有的东西，就像它们也在图像中一样。

不要忽视图像初始的明显意义。隐含的意思可以来自仔细的审视，而这将被你自己的知识和经验所影响。这是你观看一幅图像并提问时需要知道的过程：我的分析哪些是有心的，哪些是无意的？换句话说，你是否下意识地传达了你对图像中某人或某物的情感？

这个图像中还有武器，这对某些人的感知会产生很强烈的影响。这解释了为什么一幅图像对不同的观看者意味着完全不同的东西，而这个意思可能来自于摄影师无意中放在那里的图像。改变对一幅图像意义的重新构建可能来自于对图像的情感、意识或者下意识的反应。构图和取景也能影响判断力。

"不要忽视图像初始的明显意义。隐含的意思可以来自仔细的审视，而这将被你自己的知识和经验所影响。"

PDG

对图像的列表分类

手帕

纸扇

三瓶生发油

一盒 Iodex 防腐膏

一盒 22 长步枪小口径子弹

两把梳子及一把毛刷

一个磨损的马刺

三粒高速步枪子弹

塑像

闹钟

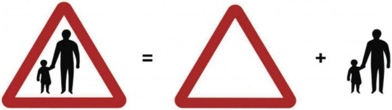
一匹马的塑像

一个覆盖了整个柜橱或梳妆台的顶部的在花边滑框里的手持镜子。

如果这些物件在它们的环境之外被单独拍摄下来会有什么效果？例如如果这些物件被摆放成一条线那么这幅照片还有同样的效果吗？

符号=表示+所指
（Sign=Signifier+Signified）

这个符号警告你前方的路上有人行道，红色的三角形表示“警告”。而所指的概念是由人行道的轮廓来代表的。这个符号并不警告你前面有一个黑色的被剪成一个成人和一个小孩的纸板，而是一个概括的可能会有风险的人行道的概念，可能只有一个人，也可能是5个人或者一老一少会出现在前方的路上。



另一个符号

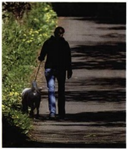
你可能对这个路上的特殊符号不熟悉，但你能看得出黄色的菱形是表示，而徘徊的人是所指。这是另一个“警告——路上有人行道！”的符号。

符号学——对符号的研究

研究任何一种语言你很快就能发现语义。这是语言学中关于意义的部分。视觉语言有它的句法（形式元素）和它的语法（构图）。它还有语义的部分，它与视觉影像的环境，符号学（semiotics 或者 semiology），对符号的研究，有关甚至经常是融入其中。图像中的任何东西都可以被看做符号。简单地说，一个符号就是一个东西，无论它是真实世界中存在的一个物体，还是一个词或者一幅图像中出现的一个东西或者哪怕只是对某一群人有特殊意义的一个图标。符号本身并不是那个物体，也不只是其意义，但它是两者的组合。

表示

一个代表某个概念的图像被称为表示。那个概念，无论它是什么，被称为“所指”。符号总是包含了表示、物体和所指。它们只有在目的分析时才会被区分出来，因为在实际情况下，一个符号总是物体加上意义。符号总是指某个人。符号有系统——道路交通符号和计算机图标就是两个例子。它们被描述为所指对象系统（referent systems），因为从某种符号集合中拿出来的符号，无论它被发现在一幅图像中或者被放置在广告中，都会返回到它本身的系统中。把符号放入图像或图像中被称为示意（signification）。



更多实例

广告

哲学家与语言学家罗兰·巴特（Roland Barthes）说："在广告中，图像的示意毫无疑问是国际化的"。无论你是否想在广告业内工作，广告可能是研究摄影意义的最好地方。你能够很容易地理解广告中的视觉语言，因为在广告中放任何东西都是有目的的，图像里没有任何东西是偶然的。

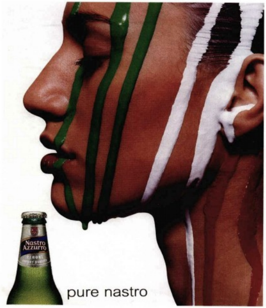
欧文·佩恩（Irving Penn）的意大利食品（Food of Italy）图像是作为编辑类图像而不是广告图像而拍摄的。它用意大利国旗颜色的食品原料来唤起对地中海生活方式的联想。很不幸的是，我们没有取得在这里展示佩恩的图像的许可（见《静物：欧文佩恩的照片，1938-2000》（Still Life: Irving Penn Photographs，1938-2000）Thames & Hudson 出版社，2001）。所指的概念都是与意大利相关的，它是一幅概念性的静物照片，因为它不只是简单地为了惟美的目的而安排静止的物体。

你可以从 PERONI NASTRO AZZURRO 啤酒的广告中看到同样的想法，这里精心安排的图像只是基于意大利国旗的颜色（红、白和绿）。与众不同，是让一个产品和别的产品不一样的方式。这可能是瓶装的啤酒，但它和别的瓶装啤酒不一样，因为根据啤酒厂的说法，它是"瓶中的意大利生活方式"。

PERONI NASTRO AZZURRO 电冰箱广告不光用这些颜色来唤起与意大利精神的联系。它在冰冷的冰箱中还加入了一件红裙子（热烈而性感）。还有什么能够比用"冰箱作为衣橱"更凉快的呢？这些符号来自于所指对象系统，放在广告中，然后指回那个系统，所有这些都与我们现在已经"知道"了的满是意大利味道的啤酒有关联。

在第二幅 PERONI NASTRO AZZURRO 广告中，使用了同样的颜色联系，但出现了一位女性，颜料慢慢地从她的脸上流淌下来。注意，这些颜色是以和意大利的三色旗上同样的顺序排列的。瓶子被暗示性地放在了这个女孩的嘴唇附近，这些颜色流淌的方向有悖常理，这样的一种动态效果，产生了一种张力。

PDG



Peroni蓝带啤酒 广告

Peroni 蓝带啤酒的广告和其促销活动都用了意大利国旗的颜色，这样就能很容易地调动观看者产生联想

PDG

影响

实际情况中我们如何“读”一幅图有很大的影响。了解图像制作时的社会和历史背景很重要，特别是如果这些方面已经发生了改变。例如，社会对裸体态度的改变。就像先前面介绍的那样，个人的经历和理解会影响你如何去解读一幅作品。举一个极端的例子，你对一幅关于贫困或虐待的图像的态度可能会因为你自己曾经有过类似的经历而被强化，而且感受也会直接。

“个人的经历和理解会影响你如何去解读一幅作品。”

感知

对一幅作品的反应可以非常不同，感知可能会因为历史事实而被戏剧化地改变。以下页的图像为例。一定程度上这只是一幅一个小女孩在她的沙发床上睡觉的照片。拍摄它的并不是她的家庭成员可能会改变你的感受，而事实上如果它的拍摄者是一位英格兰教会的牧师，这同样也会改变你对它的意义和目的的看法。它并不是一幅孤立的照片，而是这个小孩（和她的两个姐妹）的许多照片中的一幅，她的小名叫“谢”（Xie）。这位伟大摄影师幸存作品的一多半拍摄的都是年轻的女孩。这位摄影师，查尔斯·道奇森（Charles Dodgson），可能更为人熟知的是他作为《爱丽丝漫游奇境》（Alice's Adventures in Wonderland）和它的续集《爱丽丝通过镜子看到了什么》（Through the Looking-glass and What Alice Found There）的作者的名字刘易斯·卡罗尔（Lewis Carroll）。

从主体和摄影师的展现中，你可以注意作者如何通过特别的顺序引导你的思想，在那里“事实”和图像相符。

睡梦中的谢·基钦
查尔斯·道奇森

亚历山大·谢（乔治·威廉姆·基钦牧师的女儿）是道奇森的一个“小伙伴”，童年时的她也是他最喜欢的拍摄对象

邮
电

关于摄影的谈话——技术语言

能够精确描述不同摄影技术的效果和用准确的摄影语言来使用不同的摄影设备是很重要的。当你需要告诉另一个专业人士如何达到一个特殊的技术效果时就更重要了。不严密的技术语言很快就会导致客户和设计师对于最终作品的样子或需要什么设备来生成一个特殊效果时产生误会。请准确吧！

精工手表
蒂姆·华莱士

模糊 可以由运动产生；运动模糊是由相机或主体移动而产生的，或者是由没有对准焦的镜头产生的：镜头模糊。它们看起来很不一样。滤镜和漫射也被描述为模糊，因为它们都能让一幅图像不清楚或不清晰。

色罩 一幅图像中多余的笼罩在上面的颜色改变。

反差/灰度系数 一幅图像中明亮和黑暗区域之间的差别——从亮到暗的变化比率。高反差图像包含较多亮影调和暗影调，从亮到暗变换得很快；低反差图像包含的较多中间影调；一般反差的图像显示了一个从高光经过中间影调到阴影的正常的分布。

景深 真正对焦点前、后看起来清晰的范围，随着镜头光圈改变，但也随着格式和对焦距离变化。是摄影师引导观看者注意力的一种方式。

曝光 决定照射到胶卷或相机传感器上的总的光量。拍摄照片的动作。曝光值是一个表示光圈和快门组合等值的数字。

对焦 决定图像的清晰度。留住观看者的注意力的主要方式。故意不对焦图像可称为脱焦或模糊。

格式 / 长宽比 胶片摄影中有三种主要的格式：中画幅（MF）、大画幅（LF）和小画幅（35mm 和更小的画幅）。不同的长宽比（图像的宽度除以高度）可以想象为不同的胶片格式。大部分数码相机基于传统的 35mm 胶片长宽比，为 3 ∶ 2，有些是 4 ∶ 3。

HDR（高动态范围 –High Dynamic Range）影像 克服相机系统有限动态范围来创作更接近人眼对阴影和高光感知能力的技术。HDR 文件经过影调映射后能生成一幅可以被显示或打印的图像。

镜头 镜头通常按视角来描述，与它们的焦距有关。定焦镜头是固定焦距的镜头，而变焦镜头则在镜头里提供了一个可变的焦距范围。不要将它与长焦镜头混淆了，长焦镜头能够让远处的场景看起来很近。

负像 / 正像 生成图像的革命性工艺，让单张负片能够洗印出多张照片。相机的负片上真实世界的影调是反向的，黑色是白色的而白色是黑色的，然后被反转成正像的正常影调的图像。

透视和视点 我们如何在二维图像中表现三维空间。视点是在三维空间中相机所处的位置，它决定着透视。

焦平面 镜头对焦时主体图像所处的平面。

锐度 结合了分辨率和锐度意义的主观词汇。分辨率是指图像中有多少细节或信息，而锐度则是指边缘有多清晰。一个锐利的图像是干净、清晰和细节丰富的。

速度 胶卷速度描述感光材料对光线变为黑色的反应速度。标准的胶卷速度被作为 ISO 感光度设定用于数码相机上。数值越大意味着对光的敏感度越高。

挡 光线的一半或一倍的变化，与光圈、快门速度、明度（影室中的光线），甚至与感光度有关。"挡"是摄影的语言。

影调 调质，与图像中所用的影调范围有关。

观察照相机 简单的大画幅相机，它上面有一个安装在皮腔上的镜头和一个毛玻璃屏幕，它上面反向并上下颠倒地显示图像。拍摄照片时，需要插入一个胶片片夹（黑色那一面）。

暖 / 冷 从中性的日光白的色温变化。因为心理关联，向黄色 / 琥珀色偏移（令人迷惑的是这是降低色温）被称为暖，向蓝色偏移（实际是增加色温）是冷。

关于摄影的谈话——艺术语言

艺术世界的语言经常是令人百思莫解而又独特的，摄影术语也一样。这里有一些关键词汇、概念和短语，当你与一个艺术指导或创意团队里其他人讨论你图像的制作时可能会遇到。如果没有正确地使用词汇，就有产生误解的更大可能性。

原子茶会
乔·惠利

美感/品位 与对欣赏美有关，认识和分别美感标准的能力。

真实 情感上合适和重要的。

拼贴/蒙太奇/组合 用新的和旧的照片，其他媒体和某些印制的材料组成的摄影组合。蒙太奇是选择、编辑或剪切合并，用碎片组合。艺术家大卫·霍基（David Hockey）用单独的宝丽来照片或小型冲印店的照片在一个大的画布上将它们组合在一起以探索透视、时间和空间。

概念 一个被开发的想法。

暗示 建议或隐含的东西；表示指某个东西的主要意思。

构建影像 实际上是一个艺术装置，其最终的目的是被拍摄下来。一个被建立起来的图像，所以不是“被发现”的图像。舞台摄影与它相关，因为情景是表演出来并被拍摄的。

环境 一个图像的场景，可能包含文字、出版物、展览或者社会和历史方面的内容。

明确的/含蓄的 说明清楚的事情（明确的），与它相反的是某些暗示的或需要推断的事情（需要弄懂的）。

分类 构图或者艺术表现方式的分类。有时被无意中使用。

图标的/符号使用 某些人或物体，能够马上被认识，它们代表了某个特殊的时代、地点或人群。（被严肃滥用的文字是经常被错误使用的“名人”。）符号使用是指在图像中用符号来代表想法或某种品质。

并置 为了对比将两个想法或概念放在一起——并置可能会导致一个没有预料到的第三效果。

现代派 对古典或传统形式的突破。在摄影中，这意味着远离绘画效果的画意派，允许摄影媒体在现实主义中和如实摄影中为自己说话。

讲述/序列 在单幅图像或者在一组相关联的图像中讲述一个故事，经常是不需要文字说明的。

负空间 摄影画幅内没有被主体占据的空间，主体周围或之间的空间。

画意 像画或绘画。画意派指一种摄影的流派，强调图像的美，认为摄影应该看起来像绘画一样。被现代主义扫到了一边。

后现代主义 意思是现代主义之后，20世纪后期从批评理论和对艺术理论不满而想让视觉和文学艺术各个部分都活跃起来的易变的风格和概念。特点是借鉴早期的风格，有点荒谬的感觉，拒绝精英主义并且结合了商业艺术元素和大规模生产。

实践 运用所学到的，艺术家的实践。

快照审美 构建的或有意的表演照片，看起来像是休闲和非正式的图像，快速拍摄以回避任何摄影技术或美学的感觉。

关于摄影的谈话——感情语言

讨论一幅作品能给观看者什么感觉可能是摄影交流中最难的部分。在商业创意图片中，它能够给观看者的情感多少冲击力是广告客户和创意人员最关心的。

贝丝、保罗、加文和艾玛
选自《武装的美国》（Armed America）
凯尔·卡西迪

含糊 有着不止一个意思或者意思不明白或不明确的图像。可以用来作为暗示或隐藏次要信息的东西。

偷拍 在摄影中，它的意思是在主体不知道的情况下进行拍摄，但它同时还有坦率或完全真实的意思。

刺激性 有着很强内容，很难被忽视，可能是禁忌的图像。有时作为处于审美临界边缘的，有着性或暴力内容，比"图形"进了一步的图像的委婉说法。

关怀摄影 有着政治或社会动力的摄影，它要寻求对社会的"弊病"进行曝光并改正它们。摄影师用正面的现实主义，有时就像时尚风格那样合适。

对抗 勇敢地面对某种情况并用直接和强制的办法来处理的图像。

分离/分裂 与某人保持一定距离或从一个情感中分离出来。例如，欧文•佩恩的作品就被描述成有"冷酷的距离"。

神秘 神秘地提出一个谜团的图像——有很多种解释，而且所有的解释并不都是明显的。

同情 与别人分享感受的能力，同情是分享他们的情感并理解他们的观点。

唤起/唤起记忆的 字面上的意思是带到意识心理，一系列唤起情感、感受或记忆的图像。

亲密 只直接向你，观看者，而不向别人述说的看起来很私密，很个人的图像，通常其本质是性感或色情的。

基调 一幅图像中的气氛或充满的调子，可能是悲伤、欢乐或者能够唤起复杂情感和环境记忆。

怀旧 喜欢重提往事，认为过去比现在好，有痛苦、伤感的渴望。

心灵的 与物质世界之外相关的，不关心物质价值。可能是宗教的或神圣的，或者也可能与宗教无关。

严肃 外表或轮廓很严肃；可以有令人不愉快的元素或者不得不剥夺的某个东西。

令人不安 让观看者感到不安或不自在——阴间——恐怖——摆脱不了的图像。

充满活力 充满能量（就像共鸣或振动一样），经常运用很强烈的反差或图案。

发自内心的 字面上的意思是"与内脏相关"，带出强烈、有力和深刻感人的感受。

温暖/温情 产生很好的感受或情感。

2

交流

PDG

3

应用摄影

应用的（形容词），（某个物体或研究）能够被实际运用，和理论的相反。

摄影（名词），在感光材料上记录图像的艺术和实践。

4

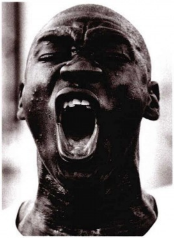
职业素养

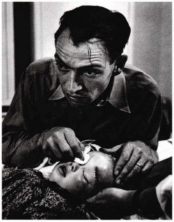
肖像?

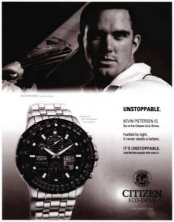
不同的来源

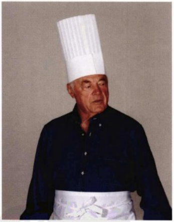
没有各自的环境，这些图像看起来就像6幅简单的男人肖像，翻到后面你会发现更多的信息

[illegible]









摄影的形式

从左上方开始以顺时针方向为序。

威廉姆·万·格鲁登男爵拍摄的《亚丝拉（Ashrah）》

艾迪·亚当斯拍摄的《呐喊的海军陆战队员（Yelling Marine）》

贝蒂娜·鲍姆加特纳手持圣诞礼品盒的救世军官员

贝蒂娜·鲍姆加特纳（Shutterstock 图片）拍摄的带着厨师帽的男人

凯文·皮特森拍摄的西铁城广告

尤金·史密斯拍摄的乡村医生

现在有了环境（参见第 64 页），展现出摄影的不同形式（从左至右）：美术摄影、纪实摄影、广告公关摄影、新闻摄影、广告和插图摄影

摄影的形式

摄影的分类有很多方式。按“主题”只是分类的一个方法。在定义不同摄影形式中，一个重要的区分是探寻这幅图片为什么创作出的原因。摄影师在按下快门时心里想的是什么？他们的意图是什么？他们想让图像是什么样子以及想用它们做什么？

部分答案来自于环境，一幅在画廊里展出或出现在桌边读物里的图片可能是作为美术图片的。这和一幅出版在杂志里准备好的美食的图片不一样。虽然我们可以很有效地用这种方法分类，但仍然有使用上的重叠和可观的商业与艺术摄影之间的交叉混合。

用于自我表达的图片

将意图作为分类的一种方式，我们可以将图片分类为为了自我表达而拍摄的和为了艺术的目的而拍摄的——主要不是为了商业目的的摄影。这个分类的极端可能是作为艺术疗法的一部分而创作的图片，可能只是为了让摄影师/病人和治疗师看到。还有大量的图片是为了取悦自己或一群人而创作的。这一群人可能是非正式的（如 Flickr 上的兴趣组）或者正式的（比如参加相机俱乐部比赛的图像）。当图片因为收益而被出售时这个分类会开始逐渐进入商业世界。但是，这可能只是机会性的，而不是创作这幅图片背后的原始意向。“美术”一词容易让人迷惑而不能清楚的表达这个分类的远极。当然，在美国，摄影美术图片有一个很好的市场。这些图片都是很美的图片，是为了出售给个人或组织进行展览或收藏的。在欧洲，美术还是有着高端艺术的意思，而图片是作为某种艺术尝试中的表达而创作的。

纪实摄影

摄影师曾经很欣赏作为记录和见证的媒体的美名——"相机从不撒谎"。科学和医学摄影无疑仍然以提供准确的记录为目标，通常不会被描述为"有创意性"。其意图是用尽可能很清楚明白的方式记录下实际存在的东西。正因为如此，在这个领域里的专业摄影不是本书的讨论内容。

但是纪实摄影分享了这个传统，真实以及对事件的目击证明的观念。纪实意味着记录。把现代哲学上关于摄影真实性的争论放在一边，纪实摄影涵盖了政治激进主义的活动的关怀摄影到基于收集新闻的如实新闻摄影的范围。图片故事在这里也非常合适，虽然基于这种长期的，更深思熟虑地讲述故事的摄影形式的鼎盛期早已过时了。

编辑类图片摄影涵盖了那些不属于"新闻"或者"商业/广告"分类的为出版而创作的图片。时装摄影和野生动物摄影都是编辑类图片摄影很大、很独立的部分，而体育摄影则更多的与新闻摄影和事件摄影有关。商业和广告摄影是为了出售产品，这样就将它们与编辑类图片的"报道"方面分开了。推广摄影是出售想法、日程或组织机构目标而不是出售产品的图片创作。

事件摄影

事件摄影并不是对事件的摄影。作为现代摄影成长的一部分（感谢数码摄影的快速本质）事件摄影更多的是记录参与事件的人而不是事件本身。很多社交集会现在都有事件摄影师，他们会拍摄那些参加集会的人然后晚上在将这些照片销售出去。

商业与广告

有时候很难理解为什么一幅照片在杂志中被描述为商业的，而另一幅被描述为编辑类的（editorial）。其区别在于是谁指定拍摄并支付这个图片的费用。如果是产品的生产商为图片付费，那么它就是商业的；如果是杂志指定要拍的图片，或者这幅图片是一位自由摄影师提供的，那么它就是编辑类的了。“商业摄影”的描述涵盖了所有为了商业目的而创作的图片。商业就是大规模的买进和卖出物品。所以，我们这里要面对的是事物的摄影——要被销售的事物。

商业摄影

商业摄影是应用摄影艺术中的很大一部分，它面对的是需要不同程度创意输入的图片。一个极端是有俗套的、重复的商品目录摄影和包装摄影。而另一面则有明显的媚态与创意的摩托车广告业（时装摄影是商业摄影的一个大分支，后续部分将作单独讲解）。

产品和包装摄影是很直接地将产品放在“最好的光线中”的艺术——展现它的质量，通过使用道具以及环境的设置，用光来展现它的品质，如颜色和质感来让它看起来很诱人。产品的信息很少会在这些图片中传递，它的目的就是让我们想要得到被展现的产品，让我们去购买它。广告，就像评论家朱蒂丝·威廉姆森（Judith Williamson）在她的《解码广告（广告中的意识和意义）》（Decoding Advertisements（Ideology and Meaning in Advertising））一书中所写的“是要让我们觉得我们缺少这些东西”。你可能会认为一个广告摄影师最好的背景应该是受过技术摄影培训。但是，只有了解动机和市场营销才能够创作出在广告中使用的强有力的引人注目的图片，出于这种需要，这意味着希望在这个领域工作的摄影师要受过尽可能宽泛的教育。

PDG

黄色女鞋
卡罗琳·利明
(由杰西卡·理查森造型)

几个小时的精心准备和对细节的关注以及坚实的相机和灯光技术才创作出这般引人注目的作品

作为静物的食品

食品摄影与静物摄影有很紧密的联系。你在静物摄影室学到的任何关于照明或景深的知识都适用于这里。最好的食品摄影师将菜肴当作雕塑的原料，对于能够增强形式、质感和颜色的照明非常关注，用视点、对焦和景深来增强食品的形象。

食品摄影中视点非常重要。在低位逼近拍摄能让食品看起来更好吃，能够让观看者想弯下腰去闻食物。餐具、刀叉和厨房用具都可以用来建立一个正确的食品环境，可以是当代的玻璃或镀铬的样子，也可以是朴素的厨房中闪闪发光的晚餐。

包装摄影

包装摄影拍出通常在产品目录或网站上看到的那样的图片。它依赖于在静物工作室中学到的关于照明和视点的技术的熟练应用。虽然作品看起来在一定时间内是重复的，比如客户要求一个产品的每种颜色都要拍摄到的时候，但仍然需要在照明和产品的摆放上有所创意。产品准确的质感和反射本质都决定着产品将被如何照明。

包装摄影台的设置可能会包括对反光板、反光镜、灯罩和阻断光线的遮片的精心安排。这些都被用来创作出精确的高光、受到控制的反光，为的是展现产品最好面貌。因为质量是关键，所以通常会使用可以通过调整镜头的俯仰或相机的运动来控制透视的中画幅数码或大画幅相机来拍摄。

食品摄影

对于喜欢注意细节的摄影师来说，食品摄影是能够得到特殊回报的。拍摄烹制好的食品可能会比产品摄影压力更大，因为摄影和食品的准备需要时间控制以便在拍摄时统一出现。当食品烹制完成被端上来后，你可能只有很短的时间来捕捉图像。以前那种用香烟的烟来模仿蒸汽或者用捣碎的土豆来假扮冰淇淋的做法早就不被接受了！食品摄影不是技巧的炫耀，而是要创作出健康可口的图片。

创意来自于对场景和光线、道具和食品造型的选择。造型可以有一个专业的团队成员来完成，但摄影师应该理解并建议如何才能最好地展现质感和颜色。

食品摄影可以在现场用便携照明设备拍摄，或者请厨师带着他的原材料到一个有合适设备的，有厨房和食品准备区域的工作室来拍摄。这种专业的场所是可以租到的。经常会有一位艺术指导、一位食品造型师、厨师可能还会有他们的助手在现场。对于一个大项目，摄影师几乎肯定要参与到创意计划中。艺术指导会设定总的主题，造型师会对道具提出建议以及选择合适的刀叉和与造型和颜色有关的摆放设置。

一旦食品准备好拍摄，一般只有很有限的时间来捕捉需要的图像。如果摄影师有技术问题，这可能就意味着整个团队要用新鲜的原料重新再来准备一次。因此，在压力和有限时间内的信心和工作能力很重要。

汽车摄影

汽车摄影通常被认为是摄影中能够参与的最令人激动的部分。图像既可以为美术的目的，也可以商业/广告的目的，还可以为编辑的目的而创作。汽车摄影可能会牵涉到租用最昂贵的影室，那里应该有一个“无限远的小港湾”。巨大的曲线的后墙在正确的照明下可以用来产生汽车背后有着广阔空间的效果。大型柔光箱和反光板被用来创作出生产设计的最像雕塑的形式的照明。

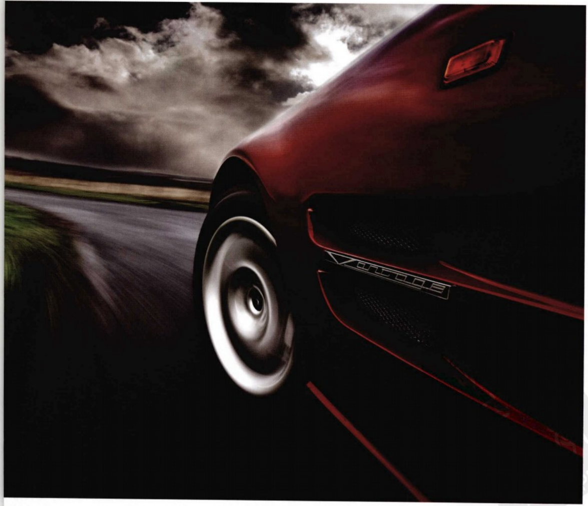
现场工作很受欢迎，杂志和生产商之类的人会要求拍摄一些有强烈动感的图像。“汽车到汽车追拍”摄影和用于遥控相机的特殊的支架是拍摄这些照片的一些技术。便携和无线闪光灯让现场的照明简单了不少。但是，有时拍摄需要使用私人的道路或者因为安全而需要关闭公众区域。

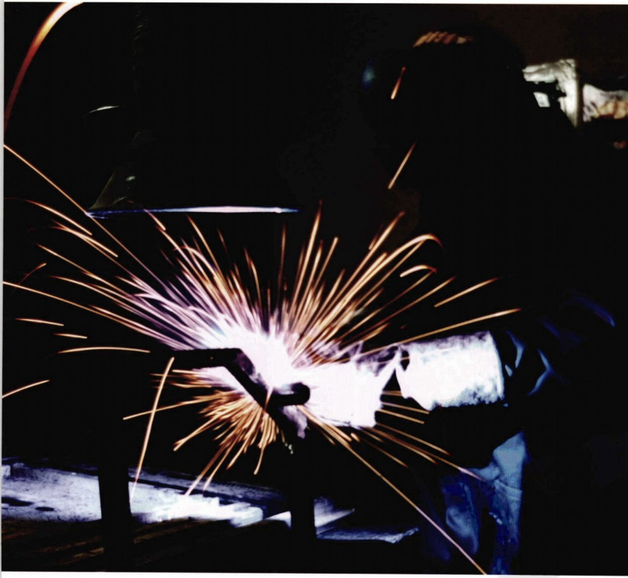
很多顶尖商业汽车摄影师开始都是汽车杂志的摄影师。想要从事汽车摄影的学生总是用改装汽车或朋友的汽车开始创作作品集，这些作品集将会给他们赢得第一个拍摄任务。

改装汽车的车主通常只为能有张爱车的高质量照片就乐于交换拍摄的权利。老爷车车主和经常被水平不高的业余摄影师光顾的汽车俱乐部也会乐于配合拍摄。但是，汽车摄影是一个竞争很强的领域，因为它吸引了很多有抱负的摄影师。

优势的激情阿斯顿跑车
蒂姆·华莱士

最好的汽车摄影师要有最顶尖的相机技术，对主体的真正的激情和一流的后期处理技巧。汽车摄影，这是一个商业的工作





电焊
菲尔·巴顿，
Laurence Hudghton Photography图片库

优秀的工业摄影师，即使在普通的工业场景中也能发现吸引注意力的图像

工业摄影

这个领域里的摄影，通常是由专门工作在科学图像领域里的摄影师来完成的。但是，当谈到创意思维时，大规模的工业企业和机械能够产生强有力的气氛的图像。某些全能的商业摄影师可能会偶尔得到工业客户，就像他们偶尔会得到建筑摄影的工作。

推广作品

推广作品和广告摄影不太一样。虽然它们都是想通过图像尽量地去“销售”某些东西，就推广摄影来说，这个东西是概念而不是一个产品。你马上就能发现这有多难。推广作品，通常是为慈善事业而作。因此通常其预算比较有限，而对于清晰的表达和强大的视觉概念则是很不一般的。

“因此，在压力和有限时间内的信心和工作能力很重要。”

PDG

编辑类

编辑类图片的意思是"以出版为目的的照片"。就像在第二部分中介绍的那样，出版的意思就是"公众化"。这是特别为编辑的目的而接受的任务和进行的拍摄。编辑是杂志和报纸中不是广告的那一部分。它是杂志存在的原因以及作为一个吸引特定读者群的出版物的卖点。正是这个读者群吸引了广告商将它们的材料和编辑的内容一起放在杂志的页面上。

现在，"编辑"的描述有一个更广泛的意义，而不光只是印刷的平面媒体，因为它还包括（电视）广播的某些方面，在这方面静止的图像和连续镜头经常被用来支撑电视和视频产品。网络对编辑类图像的需求也快速增长。虽然这个还不规范的市场经常表现出对图像的所有权和版权不够重视，但它正在快速成熟，体现在越来越多更为正式的委托授权影像出现在网络中。

编辑团队

编辑类摄影可能意味着在创意业内一个强有力的以团队为基础的部分一起工作。虽然这个团队经常是流动性的，可能为杂志的一期而聚在一起，但仍然有清楚的角色和责任。为杂志工作的摄影师可能曾经是杂志的工作人员，被指定去报道某个特殊领域里的广大范围的选题。这种雇用形式现在越来越少见了，因为自由摄影师和图片库现在是最常用的满足杂志图片需求的途径。

使用来自被新闻媒体称为"平民记者"（换句话说，公众信息提供者）的素材图片的趋势也在上升。这一部分的图片吸引着那些为预算紧张的杂志工作的编辑们，因为这些图片经常是免费使用的，而且通常情况下，图片是由那些有特别许可的人们拍摄的。技术质量很悲惨地成了第二个问题。

与杂志或报纸的联系人（我们这里说的是专题而不是新闻图片）会或者是杂志的艺术编辑或者是图片编辑。一个自由摄影师，如果想得到更多的指派任务，应该与这些人维系很好的关系。

杂志很少有冷撰稿（cold contributing）（未被指定任务的材料）的需要，因为图片经常是为了支持已经写好的或者对某个特殊选题准备撰写的文字而用的。有时，一个杂志会有只有图片专题报道，用标题对图片做的说明或者甚至像图片故事那样，但这样的机会实在是太少了。

为图片库拍摄

有一段时间，大多数自由编辑类图片摄影师能够将额外拍摄的一些照片“保存”起来另外赚取费用。这些图片被看作是在拍摄任务之外的结果被交给图片库。随后，图片库会将图片“租借”给客户以收取一定的费用。图片库摄影由于小型而专业的图片库被几个大公司所取代以及所谓“微型图片库”（micro-stock）和新型的许可方式的出现而变得非常复杂。

在过去，所有的图片库都有版权管理，也就是说图片在一个协商/协议的价格下被许可使用。现在常见的是免版税图片，使用是被买断的，或者买断单独的图片，或者通过订购大批图片或者光盘上的图片。免版税图片库图片可以被图片编辑或设计师用任何方式使用。作为一个摄影师，你需要知道现在你需要在图片库中有上千张照片才能得到回报。你必须很仔细地选择图片库，它的许可证操作情况以及它能够给内容提供者的费用。

LIVING
NATIONAL TREASURE
RHUBARB GROWER

MARKET garder Graham Oldro and his sister Janet belong to one of England's foremost rhubarb-growing families their great-grandfather founded E. Oldroyd and Sons in Lofthouse, Yorkshire, at the heart o what is known as the Rhubarb Triangle, formed between Bradford, Wakefield and Leeds.

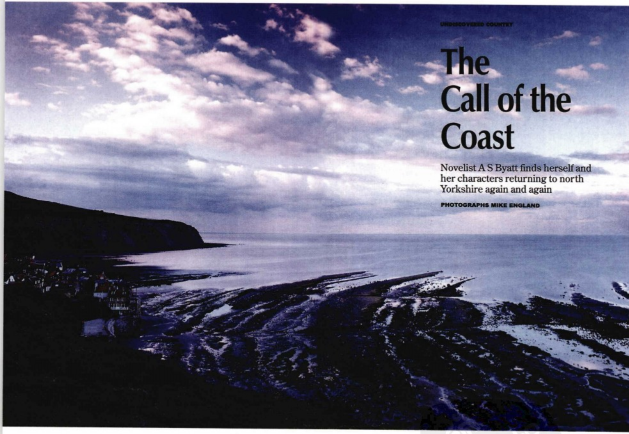
The technique of 'forcing' rhubarb, to produce tender, bright red sticks with yellow leaves and succulent flesh, was hit upon in 1817. A gardener noticed that a patch of rhubarb accidentally covered with earth was sprouting pink shoots out of season, having been kept warm and dark under the soil. Today, at the Oldroyds' farm in Carlton, rhubarb roots are kept in darkened sheds heated by electric blowers.

Before forcing can begin, however, roots must spend two years growing in the fields cold winters build up vital root nutrients. 'We always hope for nice, frosty weather,' Mr Oldroyd says. 'I can stand more cold than anyone I know.'

Photograph: Mike England.

在世国宝（Living National Treasure）撕样
英国《乡村生活》杂志迈克·英格兰

撕样（tear sheets）是杂志中的一页或几页，摄影师可以将其撕下向潜在客户展示他们的作品



海滨的呼唤撕样
《乡村家居室内设计》杂志
迈克·英格兰

杂志编辑可能会指派摄影师为一整篇文章配图拍摄，就像这篇有作家 A S 拜厄特写的文章一样。不然他们就会使用图片库的图片了

自由摄影师

自由摄影师应该拿着合适的作品集去找他愿意合作的杂志美术编辑。为了能够进入出版业，很多摄影师提高了自己的写作技巧并凭借自己的实力成为了杂志的撰稿人。这里提到的正式合作关系在报道街头时尚、城市体育或极限运动的杂志和发烧友杂志中很有可能是非固定的和非正式的，在那些项目中，你经常需要成为参与者才能拍到照片。

为编辑工作的摄影师必须在最后期限时或之前准确的提供符合要求的内容。有关任务合同最好有书面说明。有了书面的合同就可以避免混淆，也不会有“他说的，你说的”的争论。口头合同的内容不是根本没有说就是被误解。一定要弄清楚你需要提供什么，以什么形式提供。同时还要清楚谁在向你提要求，他们是否有权给你委派任务？

你需要询问合同中是否包括你的费用以及何时向你支付。虽然创意是这个工作最有趣的一方面，但你必须从工作开始就专注于做好专业方面的工作。而这必须包括对你要做的确切创意手法的相互理解以及在双方能接受的范围内你能够走多远。

费用

报酬经常取决于被使用的图像的大小、数量和发行量。你需要知道你卖给出版商的是哪些出版物的许可。如果出版商希望将这些图像用于其他出版物（例如年鉴或者杂志的海外版），他们必须重新谈判价格并支付。

如果你出售世界版权，你能够获得更多的钱。图像仍然归摄影师所有，除非起草并签订一个特殊的合同将所有权转让给出版商。

强烈建议自由摄影师们了解由工会和代理机构谈判的支付比例、条款和条件，并且考虑加入这些组织之一。集体代理和自由摄影师之间交流在对付那些可能会滥用酬金和使用期限的公司或个人时很关键。这些组织出版了一些很容易得到的全国的实施规程。

PDG

体育类

体育摄影是新闻采集业内很大的一个部分。这里对摄影师有一个特殊的要求，他们不光要在摄影领域出类拔萃，还要像运动员或参与者那样了解他们所报道的体育项目。体育摄影同样也将相机和镜头的技术发展推到了一个令人吃惊的程度。就像汽车的进步很多都来自与一级方程式赛车比赛那样，相机技术也从运动摄影中得到了完善和发展。影像稳定技术和高速连拍在应用于消费级相机和镜头前，最先都是为体育摄影师而开发的。

对于体育摄影师来说，了解比赛及其流程很重要，因为他总是需要比别人领先一步。一位《纽约时报》的体育摄影师曾经说过："如果你从取景器中看到它发生了，那么你肯定错过了拍摄时机。"这强调了知道赛场上比赛进行到什么阶段并带着相机和镜头在发生前到达那里的重要性－好的体育摄影是很难见到的预测与快速反应的结合。这是一种可以通过参加业余赛事来磨炼，但在全国性决赛时必须成为第二本能的技术。

出入场地

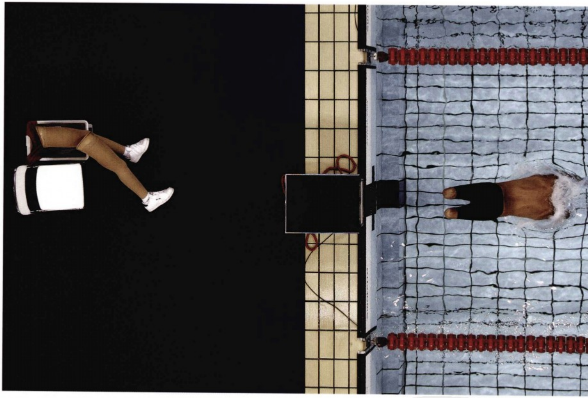
如果你不被允许进入场地，你就不能拍摄比赛。准许出入意味着授权，而授权则意味着加入经过认证的协会或摄影机构——佩戴授权的身份证明，比如采访证。准许出入还意味着有合适的设备，能够在你被准许出入的场地或赛道旁边来拍摄事件。

就像前面介绍的那样，体育摄影是长焦镜头和高速相机的试验场。即使你已经获准进入重大体育赛事的赛道边，你还需要有合适的设备来创作一幅有意义的照片。对很多人来说，这意味着租用设备和赛前检查以及熟悉。

目睹瞬间

在比赛或竞赛的开始前和结束后，有心的摄影师会在维修道或围栏处的人群中带着各种类型的相机设备走动，需找有表现气氛和起配角作用的图像；准备时的紧张、胜利时的喜悦或者失败时的沮丧。相机往往会对着人群而不是运动员。

创意来自于对作为视觉语言的摄影的了解和运动的大主题的意识冲击——奋斗和努力、胜利和失败。体育摄影师需要有一种超乎寻常的意识和"目睹瞬间"的能力，你需要成为不光能为自己创造机会的人，而且还要成为能够意识到"运气"并对其做出判断的人。



西班牙选手哈维·托雷斯，2004夏季残奥会
鲍勃·马丁/体育插图/Getty图片库

这个瞬间，色块和图形排列，所有这些在一起创造出了这幅获奖的运动图像

建筑类

建筑摄影面对的是建筑环境形象化的方方面面。它是一个很大的专业分类，在专业机构中有它自己的分类组，比如美国媒体摄影师协会（ASMP–American Society of Media Photographers）中的建筑摄影专业组（Architectural Photography Speciality Group）。在绝大部分委派的工作中，建筑摄影可能会跨越几个摄影门类，广告和编辑类图片摄影，甚至是社会摄影，这取决于谁委派工作和为什么委派。

摄影师必须出售经验和感觉，还要描述建筑的比例和物理素质。建筑事务所的委托让摄影显示其建筑背后的概念（什么让它与众不同，什么让它特殊）就像他们已经有了现场记录摄影。

委派任务对专业摄影师来说，是一个与团队实现创意工作的机会，来拍出那些确实为人们所期待，能反映建筑物开发背后的理念的图像。建筑环境也是与人相关的，可能会需要展示人们是如何与新建的建筑空间互动的。

“出售”建筑

就像建筑师必须考虑光线以及建筑物应该如何适应地点和环境一样，摄影师必须熟悉建筑物和场地，以弄清楚在自然光下它是如何以及在何时实现完美的光照效果。建筑摄影是一个费心的现场工作，它要求有条理的，可能是长期的计划，与其他领域的专业人士的联络和合作能力，以及能够展示建筑物最好一面的独特的个人风格。

“出售”并不是向那些真正购买这个项目的人的出售，可能是出于推广甚至是政治的目的。摄影的成本甚至可能会被不同的合作者分摊：当地的规划当局和建筑事务所，或者建筑公司和委托修建该建筑物的组织。他们的要求都要在最终的图像作品集中反映出来。

计划

计划需要考虑到天气和年份日期的时段（为了照明以及可能的树叶情况），以及像准入、照明电力的提供，这个地区没有汽车或人群的时间（或者是非常热闹的时间），租用专门的摄影设备以及可能需要的脚手架或者用于改变视角的液压升降台。

视角的数量和类型应该在简介上详细地说明，还有摄影师要使用的创意手段。为了减少旅行的费用和出入的方便，那些受委托的建筑摄影师可能会在建筑当地进行工作，因为最终作品集的制作可能需要多次到现场。这类摄影很明显不是所有人都能做的。它要求仔细的计划、对技术的掌握结合计划的灵活性、很好的人际交流技巧和很强的视觉创作能力。

因弗内斯河畔/莫里森建筑
保罗·怀特

好的建筑摄影作品会通过对环境和视角的理解，把拍摄技术质量与精确性结合在一起

PDG

社会类

社会摄影是与人们生活相关的摄影种类的统称，包括单人照和合影。婚礼和肖像摄影曾经是非常程式化的。肖像摄影在影室里有正规的姿势，以及提前精心安排的照明风格来适应脸型、性格和肤色。婚礼摄影通常看起来更像是年鉴摄影，婚礼相册里包含了一幅接着一幅正式合影照片，其中只有一两张照片看上去不那么严肃。

婚礼摄影

自从引入了“报道”的风格，婚礼摄影开始将自己从曾经的俗套中慢慢放松了。不太像新闻摄影那样正式，婚礼摄影的报道风格将婚礼看作是一个用摄影来考核的事件。

独特和迷人的图像展示出来的更多的是参与者的感受而不是婚礼的形式。这种手法上的改变意味着婚礼摄影师经常会另外拍摄的黑白图像来迎合人们对新闻摄影的印象。和彩色胶卷一同使用黑白胶卷让柯达除了传统的彩色胶卷外还生产专门为婚礼摄影师设计的用彩色显影机显影的黑白负片（染料胶卷，chromogenic film）。

向数码技术的转移让婚礼摄影发生了革命性变化，同时也引入了对婚礼影像的严重风格化的数码后期修饰。有些创意摄影师往往专门从事婚礼摄影，婚礼摄影是更大摄影行业的一部分。它可能包括影室肖像和儿童摄影，以制作出让收入有保证而又充满活力的婚礼相册。

新娘
Mike Colón

现代婚礼摄影的内容要比仅仅在婚礼当天将家人聚集在一起要多得多，可能要包括造型师的服务和美容师的服务来创作出值得纪念的图像

PDG

肖像

肖像风格自20世纪60年代兴起后便历久不衰。现在它是摄影业中最具创意和最令人激动的部分。大部分名人的肖像是为公众拍摄的，但它的风格和流行导致了个人和家庭的生活方式肖像的市场迅速发展。这个市场现在要求的要比以往装在相框里和放在办公桌上的照片复杂得多。

大多数影室能够提供一系列令人激动的展示样品，包括灯箱、画布材料、传统的装框照片以及以并不太传统的方式固定的照片。照片本身更有风格也远没有老照片那么正式了；家庭成员为了拍照被鼓励穿得更随意些，在相机前更活泼些。摄影师更注重他们的个性而不是其技术技巧，因为这是能使照片风格独特且适于销售的一个方面。

对焦和曝光的问题几乎通过事先仔细设置相机和灯光来解决。有些人将照明和相机的设置进行了很大程度的标准化，这样最终的照片看起来是一个集中处理工作室修饰出来的。摄影师更注重于在影室里营造最重要的情绪和积极的气氛。

有些肖像和家庭生活照摄影师现在开始跟随着家庭去他们喜欢的地方或公园进行外景拍摄。他们用自然光和相机上的填充闪光进行拍摄，这种方式更适合于有着很好且容易预测的天气的地区。外景拍摄的肖像通常被称为“环境肖像”，因为它们展示了个人的自然状态：花园中的园丁、马鞍上的骑手等。这种类型的肖像和编辑类图片摄影的某些形式有很多相似的地方，但它的目的只是出售给委托你拍摄图像的个人或家庭，而不是用来出版的。

亨特一家
诺威治保险公司用图

影室肖像现在用更自由的拍摄方式和仔细的后期工作来创建出一个独特的“风格”

PDG

儿童摄影

社会摄影中有些时候不需要摄影师创意，这包括了根据固定形式拍摄照片，如学校摄影或商场肖像。但是，如果要想拍出满意的照片，儿童摄影要求摄影师具有很好的创意性和对幼小儿童的思维和玩耍方式的特殊敏感性。

摄影工作室对小孩来说可能是一个非常恐怖的场所。最好的儿童摄影师同时又是心理学家，他们让儿童放松并与他们直接交流。他们不把孩子当作要被拍摄的产品来对待或者通过父母来向孩子说教。他们经常会与孩子就摄影做出一个“约定”，而把真正的预约细节留给父母在其他的时间处理。一个好的摄影师会在邀请孩子过来一起玩耍前就跟孩子讨论他们感兴趣的东西。相机可能会通过遥控或者一个助理摄影师在孩子和摄影师自己很明显地开始一些重要的玩耍活动时进行拍摄。对最适合小孩的照明类型的了解也是必须的，因为这需要极大的耐心。

宠物摄影

社会摄影中有一些非常特别的地方。因为宠物是家庭的一部分，所以快速增长的宠物摄影应该也属于这一类。与动物打交道的技巧对于专攻这个领域的摄影师来说是很重要的。有些人甚至会去上一些兽医护士的课程以便有信心应对各种不同动物。你用什么来喂蜥蜴？拍摄一个蜥蜴时你的影室应该多热？你不可能在普通的摄影技术书中找到答案。就像儿童摄影一样，宠物摄影也需要理解动物，还要了解它们的习性，这样才能成功且安全地拍摄它们。

丧葬摄影

动物和儿童显而易见是创意摄影的主体，最近在某些国家怀念和丧葬摄影也有很可观的增长。虽然文化背景大不相同，拍摄最近逝世的人是一个很普通且能够接受的做法。最大的发展区域在于敏感的描述很小的孩子和婴儿，这是一个非常特殊的摄影市场，需要最高级别的人际交流技巧和创意敏感度。大多数摄影师可能对它不感兴趣。

PDG

野生动物类

在编辑类图片摄影那一部分里，我们介绍了摄影师要通过提高配合他们图像的文字水平凭着自己的能力成为杂志的撰稿人。这在野生动物和自然摄影中尤为明显，因为与其他杂志相比，这种配图的文字更多的是以图片为基础的。很多野生动物摄影师也通过为摄影杂志撰写在野生动物摄影中所用的设备和技术，将他们的摄影技巧转换为收入。

体育摄影方面仍然拥有很高比例的全职专业摄影师，野生动物和自然历史摄影对以摄影为生的专业摄影师来说是一个更困难的领域。那些想要靠在野外拍摄养活自己的摄影师可能必须采取一系列灵活手段，比如建立专门的图片库、当探险和野外考察的领队或助手、进行针对野生动物及其拍摄技巧的专业写作、对公众进行专业知识讲解以及进行一些会融入商业艺术市场的活动，比如出版明信片、日历和精印作品等。有些野生动物摄影师甚至从产品赞助和支持中得到收入。

野生动物摄影的技术和实用技巧

身体的耐力——要到地球上某些最吸引人的地方摄影，需要良好的体力。出色的野生动物摄影要求你到达目的地后，你能够运用你所有的创意智慧和技术摄影技巧。

良好的机内画面编排和取舍能力。

注意形式元素和设计原则（即构图）。

对政治、科学和环保的理解。

野外动手能力和野外生存能力。

野生动物摄影师的综合素质应该和那些要在某个山峰报道重大体育赛事的摄影记者差不多。

技巧的交汇

有不少教学机构认识到一个自然历史摄影师所需要的不同寻常的技巧的交汇，这个领域现在有不少课程可学了。有些倾向于图解，在他们的课程里包括绘画和摄影。其他的则基于既定的环保课程，提供更强的科学内容，可能会包括生态学、生物多样性、动物习惯、栖息地及其保护。

因为交叉的学科涉及范围很广，即使综合地学习野生动物摄影，也要在开始学习这类课程前仔细了解这些课程准确的研究方向，以及它可能依赖的科学方法和理解。

斑马
爱丽娜·泰特

最好的野生动物照片要比清晰的颜色鲜艳的野生动物照片丰富得多的内涵

纪实报道类

作为一种职业，摄影记者从1920年就有了。这个时候，用凸版印刷的方法在报纸杂志上翻印照片已经成为可能。图像可以和任何人交流（甚至是那些只有很少读写能力的人）有插图的报纸和以基于照片的新闻杂志的发行量在1920年～1930年猛涨。为了让配合新闻的照片更加及时，报社开始雇用摄影师对事件进行报道。以前的新闻只能配早已有的照片或插图，现在刚发生的新闻事件也可以配上专门为其拍摄的摄影图像了。

从一开始，“摄影记者”一词的意思就不断变化。最初它的意思是用图像报道而不是光用文字报道新闻的人——拿着照相机的记者。随着时间的推移，摄影新闻开始出现在学院和大学的课堂里，对经济、历史、语言和政治产生了更广泛的影响。现在它对美术世界也产生了很大的影响。如今你几乎总能发现在出版的图书中或画廊的展览里都有像新闻媒体一样的社会纪实“报道”。

煤气管道爆炸（2007荷赛突发新闻类单幅一等奖）
阿金图德·阿舍利伊

2006年12月，一个尼日利亚男子在经济中心拉各斯的煤气管道爆炸现场洗掉自己脸上的烟尘——令人震惊的图像和新闻内容

巴布亚新几内亚瑞克·里克罗夫特

摄影记者可能有更多时间去探索问题并拍摄图像，而不像那些由事件驱动的摄影师那样

新闻摄影

真正的新闻摄影是由事件来驱动的。新闻摄影师们受到的教育意味着只要有可能，他们会在其作品中使用创意的视觉语言，就像事件本身可能传达的可能性一样。新闻摄影倾向于描述或见证事件。照片对及时性及拍摄时机的要求紧迫性限制了创意发挥的程度，它要么是被要求的，要么是可以接受的。有时，这被称为"重要"（hard）新闻。

摄影记者，则更多的是解释者而更少的是见证者和观察者。新闻图片经常要在一幅图片中回答记者的问题——何人、何事、何因、何地、何时，新闻摄影图片可能会有意留下一些问题不回答，而可能会要尽可能多的观看者用他们的想象来回答这些问题。

新闻摄影里有一个主要争论已经很长时间了，那就是创意的做法是否合适，哪里是报道和创意的分界线。摆拍、表演或重新表演的照片的使用提出了道德的问题，引发了关于在这个媒介主导、图像主导的世界里整个新闻摄影的做法的问题。

"新闻摄影里有一个主要争论已经很长时间了，那就是哪里是报道和创意的分界线。"

PDG

本图来自于拉娜·斯莱扎克的图片故事“隐藏的一半：阿富汗的妇女”（Hidden half: Women in Afghanistan）所有的文字引自伊丽莎白·格特尔曼《琼斯母亲》的文章。

阿富汗妓女

阿富汗有超过200万寡妇，她们和很多非常贫困的妇女一样大多都沦为了妓女，她们总是躲在阴影里，躲在传统和耻辱的双重面纱后面。这个妇女的丈夫太老，无法工作。她在她女儿10岁前就将她卖出去结了婚，现在她自己也卖身了

马拉莱

马拉莱·凯卡在塔利班兴起前是一名警察。这很有帮助，她说她的父亲和兄弟都是警察，她的祖父是一位部落长老。塔利班掌权以后，她逃到了巴基斯坦。塔利班政权被推翻后，她重新回来工作时，收到了死亡威胁。为了维护她的尊严，保护她的家庭，这位6个孩子的母亲穿着长袍和她的兄弟一起巡逻。但现在她已经脱去了长袍，这样去“告诉妇女她们的权利”

扎赫拉

在赫拉省，去年有90名妇女自焚，9岁的女孩扎赫拉用食用油自焚，在烧伤治疗所待了93天。她的丈夫经常打她，说她没用，只能点着火柴，所以她这么做了。某种程度上来说，她很幸运，因为70%以上的自我牺牲的受害者都不能幸存下来

选举日

2004年10月9日，阿富汗举行了总统选举。这之前的几个月，塔利班在乡村和城市里到处张贴“夜信”，警告妇女不要去参加投票。2004年6月贾拉拉巴德(Jalalabad)的一辆载满女选举工作人员的汽车发生爆炸，炸死了3人。但仍有4名喀布尔的妇女来到投票站，那些大概有40%的妇女行使了她们新的权利。但正如一篇女性报告所说：“纸上的权利并不等于现实中的权利”

图片故事

一个摄影记者在某种程度上可以被认为是新闻记者，用相机而不是用笔记本和一支笔做报道。但是有一个更值得考虑的报道形式，不是一个新闻条目（照片），而是产生一个完整的故事：图片故事。图片故事经常能在画廊和出版的书籍中看到。新闻记者可能会只用一幅吸引人的图像来总结一个故事，而图片故事的作者（有时被称为纪实摄影师）以一个主题为基础创作出一系列相关的图像。图片故事是一个值得考虑的作品形式，它可能是自发的项目，也可能是委托的任务。和简单的新闻报道相比，它是一个长期的项目，可能会花费数周甚至数年进行准备和拍摄来完成。

图片故事——结构

图片故事需要一个结构。首先它需要一个形式结构来确立主体、扩展主题、探索细节然后得出结论。图像的顺序基本上不会按照实际拍摄的顺序来排列。图片编辑希望按清晰的结构，去寻找广泛立意图片：活动的细节、决定性事件或瞬间、肖像（头像）和一个结束图像。要想知道这个方法是如何讲述一个强有力的故事的，去看看图片故事摄影师尤金•史密斯在《生活》杂志上的感人的图片故事“乡村医生”和“助产士”。

市民记者

有一些技术和社会的压力永远地改变了摄影记者的角色。首先是所谓市民记者的兴起。通常，在新闻突然发生时，现场没有专业的记者进行报道该事件，普通公众的成员正好在现场，能够提供及时的图像。

这些市民记者用袖珍相机和手机捕捉图像，让图像能够很快地上传到新闻网站以及被电视台使用。

质量的重要性不大甚至没有了，费用也很少会被支付，因为公众经常只会乐得看到他们自己的“因新闻媒体的报道而产生的短暂出名”。作为反应，专业摄影师被逼只能去做完全不同的工作，从另一个角度报道这个新闻，去发掘新的关系和背景。他们调查的质量常会引导摄影记者以新的角度对一个已经发生的新闻进行深入更新报道。

PDG

新技术

新一代的数码单反相机展示了新闻记者的方向。现在大公司不再只印刷报纸，而是有了新的广泛的发行媒体。毫无疑问，这将包括网络和电视。那些向媒体提供的图像形式将会被希望是既适合网页的视频插入又适合印刷，还要适合可能的电视广播。

最新的数码单反在静止图像相机上有了高质量的视频记录功能以后，可能不再需要分别派遣静态摄影师和电视新闻报道人员去报道突发事件了，一个摄影师 / 摄像师就能够把所有的东西都带回来。然后编辑他们自己的素料，加上标题。将来，有保证的就业意味着有多种技巧和能力的组合，而不能只有一双能发现好新闻图片的眼睛了。

图像处理

计算机图像编辑在新闻摄影中引发了一个全新的道德问题。如何进行瑕疵移除和技术增强才能使其不至于成为有误导性的图像修改？篡改图像内容以改善图像的面貌或者增强它们故事性的摄影记者付出的代价是他们的工作。

2003 年，这就是一个洛杉矶时报摄影师的命运，他制作了一幅在伊拉克巴士拉的英军士兵对一个带着孩子的父亲示意趴下并逮捕他的图像。编辑发现这幅图像是由两幅照片合成的，然后被摄影师创作出来以增强其构图和信息量。摄影中的创意是一回事，而用事实上并未发生的事情来创造一幅图像则完全是另一回事了。

“他们调查的质量常会引导摄影记者以新的角度对一个已经发生的新闻进行深入更新报道。”

PDG

时装
卡罗琳·利明
(由埃米·班纳曼造型)

好的时装照片经常是模特、造型师和摄影师之间的紧密团队工作的结果

时装类

时装摄影是商业和编辑类图片摄影的分支，因为它经常是由时装公司出于广告目的和受时装杂志委托拍摄并支付费用。它本身就是一个大的主题，需要一些特殊的能力，而且从业的专业创意摄影很少再从事其他类型的摄影。但是，在付费摄影中它可能是竞争最激烈的竞技场。那些从事时装摄影里的摄影师通常是有独特的天赋的复合型人才，其中最重要的就是信心、更新其风格的能力以及在时装与摄影领域中保持与社会变化和潮流的联系的能力。

时装摄影师必须是时装和社会潮流的紧密观察者，他们必须将这些放入环境中并将它们用于增强他们的想象力。在技术上他们必须有新意、有能力、有信心。最重要的，他们需要有很好的人际交流技巧，这样才能在与模特和创意团队的合作中取得最好的结果。最后，他们必须有很好的商业头脑和谈判技巧，或者有一流的代理（见第5章）。他们还需要有百折不挠的精神。

网络和联系

时装摄影师的第一次联系经常是通过他们的朋友圈和同学圈而达成的。时装是一个以人为中心的行业，良好的社会关系是第一位的，摄影师和客户间的信任也是很关键的。还有一个互利共生的现象，好的摄影师可以增强设计师的名声，反之亦然。

那些在人像影室工作得不错的摄影师，通常与时装模特也能很好地一起工作，因为类似的敏感性产生了模特和摄影师之间的很好的工作关系。时装团队中另一个关键成员是负责服装、发型和化妆的造型师。一定要为最好的造型师做出预算并将钱花在其身上。

建立一个网站，一个作品集，制作明信片和免费赠送的宣传卡（Comp Cards）（上面有你的名字或标识，加上一些挑选出来的图像），拿起电话与别人交流，出去找工作，跟进任何一个线索。随时关注新的设备。注意杂志和广告的改变。关注最好的技术和风格，然后做得比它们更好。记住，无论你拍多少照片都是不够的。

设备、影室和外景

影室照明现在变得越来越复杂了，就像数码相机那样，通常是由计算机通过专用的软件控制的。相机和照明设备越来越高级意味着时装摄影师会按天租借而不是一次性购买设备。

外景时装摄影令人兴奋，但技术要求也更高。相反，影室的工作更容易控制。由充电电池组驱动的强大的影室照明也可以用于外景了，它们很多都能从专门的摄影器材租赁公司租用。一旦你走出了影室，你就失去了对白平衡和光照强度之类的控制。很多时装摄影师用一系列无线闪光灯来组成很轻便的便携式“影室”。在外景拍摄，哪怕是学习时装摄影的学生为了制作作品集而进行的，也需要得到许可和仔细的风险管理。无论外景拍摄如何刺激，你必须遵守当地的法律同时要保证你的合作者的安全。

不要给错误任何机会，所以，测试、测试、再测试——只要有技术上的变化，一定要尽可能地去控制它。如果可能，尽量和你熟悉的模特一起工作。再也没有比摄影师和模特之间不默契更糟的，一旦你确定了风格和艺术方式，你就需要将摄影的技术问题定下来。

即将逝去的怒放
林肯·卢克·查尼斯

外景时装拍摄可以产生出色的图像，提供影室里不能提供的机会，但任何事情都不是碰运气能够得到的

PDG

瓦伦蒂诺高级女士时装
2008春夏
猫步

T台摄影是时装摄影中最难的拍摄任务，它需要高速相机和一双高速敏感的眼睛

时装表演台

拍摄时装表演台（T 台）上的模特本身就需要技巧。对第一次拍摄时装表演的人来说，最大的惊奇是对摄影师的速度要求。不但要求拍摄大量的照片，还要求每一张照片都尽善尽美。为了得到好照片而使用连拍模式导致消耗大量电池，特别是在你使用闪光灯辅助拍摄时。相机必须能够拍摄并存储很多的连拍图像。如果相机需要 10 秒钟来将暂存的图像写入记忆卡，那么即使一秒钟内能够拍 8 张照片也是枉然。

对镜头的选择取决于场地和客户的要求。重要的一点是选择一个有好背景的视角，不要有杂物或分散注意力的细节。使用长焦镜头的大光圈可以符合这一要求，但需要精确对焦。你变焦的速度也能给你的作品完全不同的样子。初学者会发现在众多的以全身照片为主的照片中很难找到一个很好的头像，因为他们还不能足够快地变焦，取景然后锁定焦点。

只有时装公司的摄影师才能指点怎么给模特照明。通常情况下，现场的光线会比你能带的任何闪光灯都强得多，但聚光灯可能是一个问题。无线闪光灯是一个很好的填充光光源，但可能会与其他摄影师的设备产生干扰。任何使用闪光灯的人都必须记住，回电时间会限制他们拍摄照片的速度。不要低估大的电池组和高速相机以及它上面的大光圈镜头的需求，专业摄影师用这些设备，因为他们必须这样。

拍摄范围

你对每个模特 / 服装的拍摄范围取决于客户的要求，但你可能被要求一张全身照还可能要一张头像，或者特别的配饰的细节照片。注意模特的进场，拍摄他们进入 T 台时的第一个表情；注意他们的步态，寻找很好的面部表情和开放的信心十足的姿势。

模特通常会暂停或站在 T 台的尽头。你对每一个模特可能要拍摄 10 张或更多的照片以确信可以从中得到一两张能用的。摄影师经常会站在现场的指定地点，这可能不是摄影师选择的地方。还要随时准备好以应付任何意料之外的有新闻价值的事件，这样你就可能得到一幅可以出售到时装界外的作品了。一个超级模特弄断了她的鞋跟并因此摔了跤的照片已经不止一次从时装页被移到了首页！

PDG

在摄影领域里工作

摄影领域工作的人员中很大一部分并不是摄影师。每年，有成千上万摄影专业的学生毕业，但可能只有大约几百个摄影师的工作岗位。当然还有一些为摄影师提供服务的，比如相机、计算机和洗印。这里我们关注的焦点还是那些在摄影行业中从事创造性工作但又非摄影师角色的人。

摄影画廊，都柏林
罗斯·卡瓦纳

画廊和卖场可以为受过摄影训练但不想从事拍摄工作的人提供工作

open
gallery of photography

支持人员

创意应用摄影的每一个主要环节都会有它专业的支持团队——食品造型师和化妆师，他们需要知道摄影师的要求以及如何与产品、模特、道具和专业摄影师一起工作。摄影师依靠这些人特有的创意来创作最终图像的特色。还有助理摄影师和数码助手，他们和摄影师一起工作来完成拍摄，并让工作在预算内完成。

有些人认识到作为全职的辅助角色可能会让他们更高兴也更适合他们。他们的创意可以在纯粹的为自我表达的个人工作中找到出口，而没有令人讨厌的商业考虑的压力。这是一个个人必须做的判断，还要找到他们抱负和天分之间可以接受的平衡点。

创意修片

数码摄影让照片和反转片修片大军成了多余的人，替代他们的是一些 Photoshop 高手。但是，数码摄影现在正在抛弃它自己的专门性，而要求越来越多的人工作在工作室而不是在相机背后。创意修片从商业意义上说，是和创作复杂的基于照片的数码艺术工作不同的技巧。

就像在许多领域看到的那样，创意产业雇用那些刚刚处于技巧和创意交叉处的人们。有些修片师专门只为时装肖像修饰皮肤。他们的特殊技巧很受欢迎，因为如今的照片没有经过详尽的数码清理是很少会被打印的，而这样的事情并不是每个摄影师自己都愿意去做的。

“买一台尼康相机并不能让你成为一个摄影师。它只是让你成为了一个尼康相机的用户。”

PDG

图片编辑和图片研究员

杂志、书籍和报纸业雇用很多摄影师，他们愿意在组织的观片台前工作而不是作为撰稿人或自由摄影师。图片编辑（有时被称为照片编辑）的工作是从收到的图片中为出版选择图片。一个摄影师可能会提供满是图片的作品集或宣传联系单，但杂志的空间只能用其中的一小部分。图片编辑的工作就是挑选那些最适合在一起以及能够满足页面不同需要的图像，例如远景照片和细节照片。这样的工作通常会包括为出版而创建或推广某种特殊摄影风格，向自由摄影师委托拍摄以及为出版社较紧张的预算而拍摄，内容比较广泛。图片编辑通常对风格和标准有最后的发言权。

自由图片编辑经常具备图片研究员的技巧，他应该有通过努力发现图片并取得其出版版权的能力。图片编辑会受雇进行不定期的特约或短期的出版工作，这包括制作博物馆和艺术画廊的展览目录，或者为公司或机构做的类似项目。图片研究员和图片编辑相反，应该有比摄影师更广的艺术背景，因为他们的工作会涉及美术、插图同时还有摄影。

技巧要求

近期报纸上的图片编辑招聘广告给出了如下的工作描述："要求熟悉网络cms（内容管理系统）和图片编辑软件……必须能够获得及选择合适的图像，根据网站的规则编辑它们并且写出引人注目的提要和标题来配合它们"。首先，你必须知道cms是content management system，内容管理系统的意思（内容是如何添加到网站并改变的）。工作说明强调了很强的视觉鉴识能力和软件的操作技巧，但同时还需要很好的文字技巧。这就是说目前的关于摄影课程毕业的入门者更适合好的文字和视觉鉴识能力技巧的教育和就业——摄影的技术方面总可以被教授。

费尔南多·巴尔韦德正在用19世纪的技术修饰一个火棉胶负片
乔治·伊士曼·豪斯

PDG

修复和高质量打印

从其历史来说，摄影已经成了一种早已被接受的艺术。比如，专门为展示和销售照片的画廊增加了不少，并且要求有摄影历史知识、修复知识以及历史照片的处理和版权知识的毕业生从事工作。这里有两条分开的职业道路。一条涉及修复以及对摄影历史的材料的理解和准备，就业可能会是一个特殊的环境，比如拍卖行或美术画廊，或者在公众博物馆或艺术画廊。另一条则更商业化，与美术和高质量打印这个增长的市场有关。

编目和存档

图片库总会寻找一些喜欢编目和关键词并乐于与提供图片的专业摄影师打交道的摄影专业毕业生。对这类摄影专业人员的需求随着微型图片库的出现和照片提供者自己按关键词提供图像而减少了不少。就像所有的领域一样，有稳定收入的工作越来越难找了，因为它们被自由职业者和短期合同雇员所取代了。"安稳的"支付工资的摄影工作在创意产业根本找不到，除非是服务于军队、警察部队的刑侦摄影。

当然，你也可以回到教育系统去教授下一代摄影。学院和大学更愿意雇用曾执业的摄影师，很多教学岗位是兼职的或者去别处期待继续任课的少量职位。

"有稳定收入的工作越来越难找了，因为它们被自由职业者和短期合同雇员所取代了。"

3

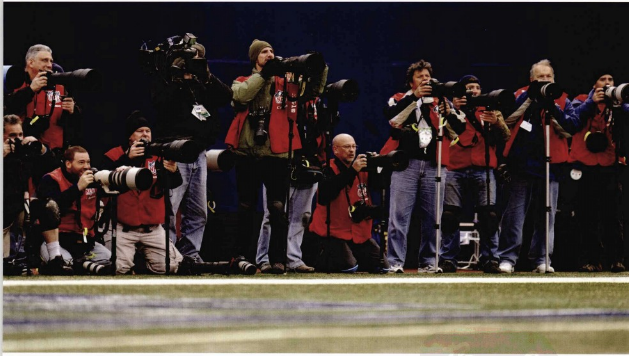
应用摄影

4 5

职业素养

职业素养（名词），指个人以某项职业活动为主要收入来源，经高度系统训练所掌握的工作技能和工作资质。

概述



巴尔的摩乌鸦队与纽约巨人队的角逐
罗布·特林加利/Getty图片库
题材：体育

要成为一名专业摄影师，你必须先成为一名被媒体认可的摄影工作者，有机会使用一系列价格昂贵的摄影器材

成为一名专业摄影师需要具备哪些素养呢？简单地说，作为专业人士就意味着你以经济收入为目的从事某项工作。从严格意义上来说，摄影不能算一项职业，因为一项职业常常需要经过长期的严格训练，并以获得正式从业资格为前提；职业实践常常是在专家的指导之下进行的，而不是像摄影一样创造有形产品。所以，从本质上来说，摄影是一项商业活动，不是需要具备专业技能的职业。然而，专业摄影师是以获取报酬为前提的，所以应该对他们制定一套行为规范和技能标准。如果一个人称自己是一位“专业”摄影师，他就应该表现出职业素养，遵守行业规范，并按照与客户商定的条款提供作品。摄影工作者常常受正式合同条款的约束，例如作品报送和薪酬支付，等等。

如果一个人毕业之后就一直专职从事摄影工作，那是极为幸运的。事实上，很多摄影工作者都希望如此。然而，从实际情况来看，很少有人能够这样一帆风顺。摄影行业一直呈现出一种“去技能化”趋势。现在，大多数人都有自己的照相机，懂得如何操作，拍摄出来的照片也相当不错。所以，人们便常常雇用“摄影服务提供者”为自己摄影，以避免向专业摄影师支付高额服务费。现实生活中有无数摄影爱好者，他们本来有自己的本职工作，同时业余时间又活跃于各种婚庆和重要场合提供摄影服务，或者完全出于兴趣，以收藏为目的进行拍摄。

能够专职从事摄影并以此作为谋生手段的人可谓凤毛麟角，即便如此，你也不必望而却步，放弃尝试。

人们似乎认为：舍得花钱，购置高档摄影器材，就能让自己平添几分专业摄影师的风范。就像在其他行业中舍得下血本购置设备，就能确保专业服务水准是同一个道理。一位著名媒体主持人曾经不无幽默地说，所谓专业照相机就是“能够为摄影师带来收入的相机”。这句话很有道理。相机生产厂家常常利用专业人士对其产品“专业品质”的赞誉作为有力的宣传手段。然而，真正适合专业摄影的相机，其突出特点并不是先进的成像性能，而是耐用性和耐久性。正是这些特点才让摄影师可以在恶劣的自然环境下拍摄，而且日复一日，常年如此，这才是适合专业摄影师使用的相机。

令人意想不到的是，很多专业摄影师并没有自己的摄影器材，为了完成具体拍摄任务，他们常常采用租赁的方式，其中尤以租赁镜头常见。很多专业摄影师认为摄影器材只是完成拍摄任务的工具，所以专业摄影器材租赁也迅速发展起来。现在，一台数码相机的有效服务寿命只有几年时间，并且常常要在几年内分期付款，所以拥有一台先进相机的意义不大，没有什么明显优势。

接受教育

有些职业摄影师并没有受过正规的摄影技能教育。甚至有人认为，做摄影师无需接受正规教育，你的作品集就是获取工作机会的敲门砖。应该说，这些观点有一定的道理，但是只适用于那些非常幸运、非常有天赋并坚持不懈的人。其他人都需要导师的指引提携。

正规教育可以给你充足的时间和自由，让你有机会进行各种尝试，培养符合自身特点的摄影风格。很多摄影教程都允许并鼓励学生尝试不同流派和风格的摄影。你可能希望从事时尚摄影（时装摄影），但是经过一段时间的社会纪实摄影尝试之后，随着对其摄影方法和相关问题的深入了解，可能有助于提高你在时尚摄影（时装摄影）领域的品质，开拓新思路，甚至有可能让你从此决定从事社会纪实摄影事业。对于摄影来说，没有尝试，你永远不知道效果到底如何。不同流派风格，不同拍摄技能和不同处理方法之间的相互交融与借鉴一直以来都是视觉艺术的生命之源。参加正规教育，你也有机会建立自己的关系网络，建立创造性合作团队。通过与其他专业学生合作或者协助高年级学生进行摄影实践，可以有效提高自己的摄影技能和艺术素养。

选择课程

那么，一个未来的摄影师如何选择适合自己的课程呢？可供选择的课程十分广泛，从技术性很强、商业意识很浓的课程，到侧重批判分析的纯艺术课程，可谓异彩纷呈，应有尽有。在选择课程时，应该综合考虑摄影技能和学术内容，使之达到最佳的平衡。你应该考察不同的学院和大学，就如它们对你要进行考察一样。根据自己的实际情况，编写一个包含各种重要因素的简短列表，进行客观分析。你可以在这些大学的公众接待日提问上述问题，也可以在与校方有关人士的面谈过程中获取答案。针对工作经历和工作安排方面的问题，以及教学过程中对这些问题的处理方式。公众开放日是参观一所学院或者大学的理想机会，你可以在轻松自如的氛围中了解必要的信息。和你希望申请专业的在校学生交谈，了解他们的学习和生活情况。参观学校的基础设施。它们使用的计算机和专业软件是否是最新式的？是否有足够的教学实验设备？学校是否有传统的胶片冲洗暗室？

作品集

申请入学资格可能需要你本人向校方递交作品集，可以是印刷作品或者CD与DVD光盘文件。有些学生仅仅提交绘画作品集就能获得入学资格，这可能让一些人感到惊讶。重要的是你的视觉认知能力，即阅读图像，然后通过视觉手段再次表现的能力。如果你以前在学校里已经学习过摄影，并拥有个人课业作品集，就不要仅仅凭借图像来申请入学资格。面试负责人可能希望与你讨论你自己拍摄的作品，了解你的拍摄动机，以及你的拍摄兴趣。

很多学生在毕业之后，可能希望继续深造，攻读硕士学位。当然，如果你希望以后从事教学工作，这种选择是很必要的。学院和大学培养的“摄影师”总是比现实社会实际需要的数量要多。所以，你应该做好心理准备，当你毕业之后，很有可能从事的不是真正的摄影师工作，但是与之又有一定的关系。最优秀的学校一般会针对你的具体情况，为你量身定做事业发展的指导性意见。毕业时，你应该具有一套高质量的作品集，让你顺利获得工作机会。

最优秀的学校一般会针对你的具体情况，为你量身定做事业发展的指导性意见。

选择课程时需要考虑的问题

你想在教育过程中获得哪些目标？

你是否更喜欢小班上课？

书面写作与作品实践之间应该达到怎样的平衡？

学校允许你使用哪些设备？

学校图书馆摄影方面的藏书水平如何？

工作经验和工作职位是否是教学课程的一部分？如果是，教学过程中是如何处理这些问题的？

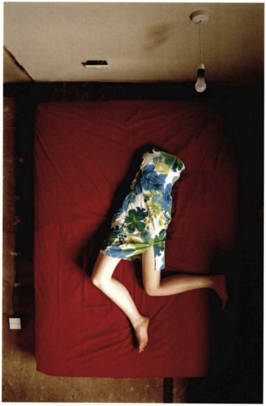
学校的计算机和专业软件是否是最新的？

是否有足够的摄影设备？

学校里是否有传统的胶片冲洗暗室？

学做助理摄影师

助理摄影工作常常以单项任务为基础展开。这种工作具有很大的临时性，而且通常以口头通知方式为主。你需要知道拍摄的时间和地点，是否应该具备特定的专业知识，基本费用和其他成本如何处理。如果工作落空，你可能希望对方向你支付一定的取消赔偿金。对于那些没有在大城市生活过，实践机会较少，私人关系也不丰富的人来说，这可能是一个很大的挑战。有一些专门针对助理摄影师的商业网站，它们只是希望通过“注册”和“培训”实现盈利目的。如果可以的话，可以向那些已经加入这些网站的会员了解情况。你需要有耐心、恒心和预测能力。



床上人物摄影实验
柯林·德曼

通过正规教育，你有机会利用新设备和新思路进行拍摄实验，或者体会新编辑技术，帮助你改善提高自己的作品品质。其中的一张照片是一位学生的作品，被他所在的专业制作成横幅图片，用来宣传摄影荣誉文学学士学位课程

工作机会

你可能将助理摄影师看成自己职业生涯的一个进升阶梯，认为它是暂时的。但是有些人，尤其是哪些不能依靠个人摄影作品获得足够经济收入的人，可能将助理摄影作为自己的专职工作。你可能有机会制作自己的作品集，但是不要完全依赖这一个目标，也不要认为在从事助理摄影工作期间可以拍摄自己的作品。数码技师或数码摄影助理之所以能够存在，就在于这些刚刚毕业的助理摄影师比他们所辅助的专业摄影师有着更加丰富的数码设备或软件使用经验。

可供选择的工作职位较多，所以你可能花较长的时间辅助专业摄影师工作，熟悉各方面的摄影技能。你还有机会了解更多业务方面的活动内容，包括不太诱人却很重要的方面，例如处理发票和追讨客户账款。你从事的各项工作很有可能是义务性质的，得不到任何酬金。很多学生认为工作经历是完成学位课程的重要机会，所以当他们知道实习属于个人选择项目时会感到相当惊讶。校方会给学生提供支持与资助，但是学生必须自己寻找合适的实习岗位并与用人单位签署实习协议。最优秀的学校鼓励学生实习，并将作为职业实践模式的一个组成部分，一般在入学后第二年展开。学校还希望学生实习后能提供一份书面报告。在实习工作中，很难发现哪位专业摄影师愿意接受一位“学徒”，所以你必须向对方表明自己渴望学习多方面的工作技能，并证明自己具备一定的摄影从业基础素质。

通过实习可以获得相应的实际工作经验，不过实习工作是没有报酬的。老实说，对于实习职位没有什么可以推荐的意见。之所以这样说，是因为从事义务实习目的就是为了工作经验，不过他们必须十分清楚自己希望得到哪些有益经验，才值得自己为之付出长时间的艰苦工作，而又分文不取。作为正式职员，工作时你不能处于观摩的姿态，否则就拿不到薪水；作为实习生，因为不拿薪水，你可以不用代替正式职员完成拍摄任务。

“对于那些没有实际工作经验的学生来说，摄影助理算不上一份真正的工作。”

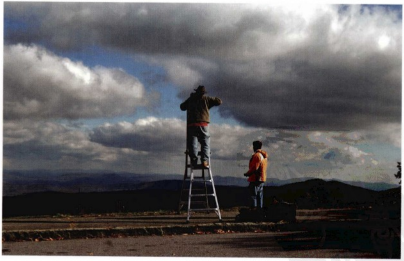
上图

夏威夷海滩上的摄影师和她的助理，由肯尼斯·斯庞斯勒拍摄 / Shutterstock 图片库

下图

蓝色山脊公园大道的摄影师和他的摄影助理，由伯尼塔·R. 切希尔拍摄，Shutterstock 图片库

作为摄影助理，你可能要为摄影师手拿肩扛好多器材或物品，但是你可以观察摄影师如何拍摄，获得十分有益的工作经验



男性恶性肿瘤
安娜·格里菲斯

这是一份具有强大震撼力的毕业作品集，呼吁人们关注男性恶性肿瘤（男性恶性肿瘤的标志是一个蓝色丝带，就像我们用粉红丝带代表乳腺癌一样）——该作品集为作者寻找工作敞开了大门

实际工作

满怀创意，身负摄影技能，你可能很想通过摄影获取收入。然而，在你树立业界声望和形成自己特有的摄影风格之前，是很难通过销售作品赚钱的。你只有两种途径可以通过自己拍摄的照片赚钱，即纯艺术展销或者图片素材销售。互联网技术使这一市场得到了空前发展。任何人都可以通过一个网站出售自己的图片。但是，这样做也有一定的困难。第一，要让足够多的人看到你的作品；第二，要让足够多的人购买你的作品。

素材图片也存在同样的问题。现在，提供素材图片的人实在太多，专业摄影师销售摄影作品的传统模式已经不复存在了。你必须与大量业余摄影爱好者竞争，虽然他们每一个人销售的作品很少，但是加在一起对市场的冲击力却很大，使那些希望以摄影作为专职工作的专业摄影师遭到了前所未有的挑战。为了在市场竞争中生存下来，你需要拥有成千上万张优质图片，而这样规模的资本积累不是短时间内能够完成的。所以，唯一的应对方式就是进行专业化转型。你应该瞄准他人较少涉足的领域，作为自己的主攻方向。以其他工作为基础，建立自己的专业摄影素材库。

其他工作方式

利用摄影赚钱的另外一种方式是受人委托拍摄照片。也就是说，寻找需要拍摄照片并愿意为之支付费用的人。现实中，确实有很多个人和机构想要或者需要拍摄照片，但是又不想聘请专业摄影师为自己服务。

如果你想象少数优秀摄影师那样完全通过摄影谋生，你就必须提供档次，成为这场比赛的佼佼者。这场竞赛的关键词是“网络建设”和“目标培养”。你再也不能指望购买一家摄影工作室，把自己的招牌挂出去，然后在电话簿中刊登一则广告，就守株待兔，坐等客户蜂拥而至。这种时代已经一去不复返了，客户是不会自己找上门来的。

在从业初期的数年内，大学学习期间结识的朋友和同事可以充当你的关系网络。人们一般会先把目光投向自己认识的人寻求帮助。当一个毕业不久的学生找到一份有偿摄影服务工作之后，他们首先会检查自己的通讯录以及大学时期的朋友寻求帮助，请他们做自己的助手或者助理摄影师。所以，你应该建设自己的业务网络，与这些联系人保持密切的联系。你可以与朋友合作，也可以雇用他们。

不过，要牢记，你不可能从其他专业摄影师那里弄到一份主任摄影师的差事。很有可能，你会为图片设计师、画家、建筑师等提供素材，所以你的业务网络应该十分宽泛，不要仅仅局限于大学时期自己的同学。最优秀的大学都鼓励自己摄影专业的学生在实习项目中与网络设计师、图片工作者，以及其他专业人士合作，就是这个原因。

租用与购买

一旦你开始利用自己的摄影作品赚钱，你就会计划购买自己梦寐以求的成套专业摄影器材。但是，应注意，此时采用租用可能比亲自购置要好一些。你可以利用积攒资金进一步发展业务。

作品集

一个作品集就是一些摄影作品，你可以利用它们向潜在客户证实自己的业务技能。换言之，作品集就是一位摄影师的商业橱窗。一般来说，制作个人作品集是一项相当困难而又令人望而生畏的工作。

在这一问题上，我所听到的最有水平的建议来自资深画报杂志作家兼编辑麦克·约翰逊："首先，请牢记，你短时间内还不会去世。"在制作作品集时，很多人总是试图收集自己创作的所有作品，就好像制作毕生作品全集一样。另外，如果你有两种风格迥异的作品系列，或者曾经同时在时尚界和体育界工作过，就不应该制作一个作品集，应该针对每一个市场特点，推出不同风格的作品系列。

有的摄影师对自己的所有作品都爱不释手，不知道如何挑选最优秀作品制作作品集。还有一些摄影师认为，自己的作品没有一件令人满意，根本没有办法制作个人作品集。这两种观点都是错误的。针对这两种观点，可以用两种不同的方式对症下药，即自行提升产品档次和主动削减淘汰。麦克·约翰斯顿将这两种方法称为"反馈累积法"和"剔除淘汰法"。

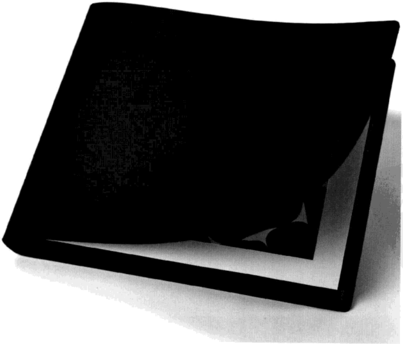
反馈累积法

你可能发现，制作作品集最简便的方法就是将自己的一部分作品展示给自己认识的人，例如，当你从事助理摄影师工作时让人们欣赏你的作品。这样，你可以了解人们对哪些东西感兴趣。尽管其他摄影师的意见不一定是你所需要的，但是毕竟对你有一定的启示作用。此外，你还可以向专业设计师、艺术指导，甚至在模特公司遇到的人征求意见，他们常常很愿意向你提供意见和建议。图片最终用户的意见更为重要，因为其他图片制作者的意见可能带有个人偏见。

反馈累积法就是根据他人对照片的反馈信息，将优秀的作品从好到差挑选出来。这种方法的难点在于，你最好的照片可能不属于类似主题或者不是利用相同拍摄技术制作的。摄影类高等院校常常使用"一批作品"这个术语，鼓励学生制作具有相似风格和主题相互联系的照片供导师品评。

利用反馈累积法选择制作作品集的关键是确保差异度大致均匀。例如，不要将暗色调的黑白鲜花照片与使用不同拍摄技术的人物照片混杂在一起。如果你是一个多面手，应该将跨主题和跨风格的代表性作品突出出来，不要使它与其他作品没有明显区别。

“反馈累积法就是根据他人对照片的反馈信息，将优秀作品从好到差挑选出来。”



黑皮书
迈克·戴维斯，塑料三明治

作品集呈现出的材料内涵很重要，优秀作品应该配以优质纸张和印刷质量

剔除淘汰法

剔除淘汰法就是从较大数量的照片中逐一剔除品质最差的作品，实现制作作品集的目的。你可能选择每一时期的最优秀作品，也可能希望根据主题进行选择，这取决于你自己的喜好。有一个摄影专业的学生曾经将自己可能做成作品集的照片制成微型图片，然后将 80~100 张装在一个小小的书套里随身携带。几乎每遇到一个人，他就会邀请对方挑选自己最喜欢的图片，就像玩卡片游戏一样。最后，他根据大家的反馈情况，将最好的图片做成了作品集。如果你希望使用这个方法，一定要保持良好的心态，你最喜欢的作品在最初阶段可能不被别人看好。每一位摄影师都会过于珍爱自己的作品，所以有时不得不忍痛割爱。

拍摄照片

那么，你作品集中的作品来自何处呢？如果你还是一个学生，你可能已经拍摄了不同风格和类型的照片。这会使你有机会迈入摄影界的大门，但是最多也只能如此，因为客户一般会寻求与成功的商业摄影师合作。如果你已经从事过助理摄影师工作，你可能和职业摄影师一样拍摄了类似作品，甚至使用了同样的模特。但是，你必须具有自己的特色，与主摄影师的风格区分开来，避免抄袭的嫌疑。有些摄影专业的学生自愿为慈善组织义务服务，拍摄具有商业品质的照片，不仅为慈善事业做了贡献，也为自己的作品集准备了素材。

如果你需要提高作品集的档次，唯一的办法可能是租赁一个工作室内的部分场地，根据自己编写的大纲，制作一些高质量的照片。要把注意力放在你需要拍摄什么类型的照片，以及哪些人会关注这些照片之上，并始终保持清醒的头脑。如果你从自己过去的作品中挑选照片，填补作品集中的空缺，可能削弱作品集的整体效果。

作品集介绍

一旦你收集好了制作作品集所需要的作品，就应该利用同样的技术打印出来，确保所有图片保持一致的品质，最好使用相同的尺寸和格式。你的作品集在材质和外观方面自始至终都要确保引人关注。作品集中的作品数量不能太少，以免让人决定你只是碰巧拍摄了一些优秀作品。但是，反过来，也不能让客户产生兴趣疲劳。也就是说，作品集中的产品也不能过多。从具体数字来说，最多不要超过 40 张，最少不要低于 12 张。图片必须保持高质量。如果图片上出现了污点或者完全损坏，必须予以更换，确保让每一位欣赏者看到的都是崭新的图片。图片质量既包括照片中的内容，同时也包括摄影技术和图片印刷品质。当你介绍自己的作品集时，不必表示歉意，也不必感到尴尬。

优质皮革活页封面，内页可以更换并有富余，是一个不错的作品集制作方式。尤其当你需要将作品集留给一位艺术指导或者客户，让他们审阅一段时间时，这种方法更为可取。如果是你本人介绍自己的作品集，之后需要把作品集带走，可以将一套装衬好的图片依次摆放在平板框上，然后放在一个讲究的盒子里。如果你只有幻灯片，不要完全指望讲解现场有投影仪或者看片灯箱。如有必要，可以带去你自己的看图设备。给艺术指导留一份你作品集的 CD 或者 DVD 复件，以便让对方加深印象。除非对方明确要求，不要指望利用计算机设备作为作品集介绍的首选方式。你的照片质量永远不能通过计算机屏幕分辨率得到充分和恰当的体现。

当你亲自介绍自己的作品集时，应该表现出自好的神情，并从正面进行评价。如果你必须对一张照片的某个方面进行解释或者道歉时，也不能放在介绍的开始部分。如果你以积极而客观的态度介绍自己的作品，你就会惊喜地发现人们也会做出积极的回应。即使这次你不能得到自己申请的那份工作，对方也会邀请你有了新的作品之后再来向他们展示。你不可能每次都能成功获得工作机会，但是永远都可以获得对方的反馈信息、指导意见和正面评价。你可以再拍摄更好的照片，制作更优质的作品集，进行新的尝试。

毕业生作品展
伦敦布莱克普与法尔德学院
保罗·布利特维尔

毕业作品展是一次难得的机会，你可以借机展示自己的作品。你可以邀请感兴趣的人，自己的亲朋好友，以及你希望表达谢意的人前来参观

PDG

推销自己

对于学生来说，自我推销应该始于毕业作品展。利用这一机会，你不仅可以向公众，而且还可以向潜在客户和未来雇主展示自己的专业能力和作品风格。

在举行毕业作品展和最后一次作业作品展之前，你常常可以邀请部分客人进行预展参观。此时，你不仅应该邀请那些你希望感谢的人前来参观，而且还应该邀请对你未来职业生涯具有重大影响作用的人。艺术代理和艺术总监常常出席毕业作品展，希望发现新的创作思路和摄影人才。

优秀学校将讲授摄影营销和产品推荐方面的知识，并将其作为学生未来从业技能的一部分。很多学生毕业时会拥有一套将来从业所需的文件，可能还有网站和营销工具，例如，明信片、宣传横幅，或者根据自己毕业前最终课业作品编辑出版的书籍。

希望通过其他途径进入摄影业的摄影师会特别关注毕业生进入摄影市场时出具的导师辅导下完成的作品。同样，你也需要拥有这些自我营销工具，以便更好地参与市场竞争。

虽然刚刚毕业的学生可能看似拥有很多优势，但是请注意，他们即将面临着一个很大的挑战，因为从此之后他们生活中的方方面面都必须自行准备与处理。他们再也不像在学校那样拥有可以参照的作品和模型，不能随时从导师那里获得指导，也不能免费使用价格昂贵的设备。因此，很多毕业生不能顺利实现从学校到社会的转型。

“将精力集中在你明确知道有潜在发展空间的领域。”

PDG

积极营销与被动营销

在考虑营销手段时，既要考虑到积极因素，又要考虑到被动因素。一个简单的明信片可以用于两个方面。在公共展览会上留下一堆明信片就是一种被动营销方式，如果人们注意到这些明信片，就有可能拿起来收藏。然而，明信片也可以以积极营销的方式使用，例如，邮寄给一位艺术总监或者参加会议时交给与会者，都能起到吸引潜在客户的目的。

不过，被动营销的成功概率很低。如果把作品集放在网站上，但又不进行积极宣传，则是被动营销方式；反过来，利用电子邮件和博客宣传自己的作品集，则属于积极营销。关键是在大量人群中找到对你业务发展起到重要作用的人，所以将特色不鲜明的作品集用电子邮件发给所有艺术总监可能根本不会产生任何效果，甚至有可能起反作用。

如果你选定了一批目标明确的宣传对象，对其公司背景以及相关要求进行了深入分析，确定了具体联系人，然后利用电子邮件进行宣传，产生的效果要好得多。

陌生访问是指人们利用电话、电子邮件或者上门宣传服务内容的一种营销方式。不过，这种方式效率很低，常常让人备感沮丧，浪费大量时间，效果很不明显。所以，你应该首先分析哪些人可能需要你的服务，然后有的放矢地进行宣传。从一个助理摄影师成长为一名具有独立执业资格的摄影师对你的营销宣传将会起到巨大的推动作用。不过，需要注意的是，有些摄影师可能认为你的行为是在争夺他们的客户，所以使用这种方法时应该谨慎从事。很多人会利用自己大学时期的工作经历重返校园，担任专职或者兼职职务。也有人利用工作机会结识新关系，开发新客户。

注意：要确保联系方式的有效畅通。要办理、维护、使用一个工作状态良好的电子邮件地址。如果你更换了手机号码，要及时通知自己的联系人。要及时答复客户的各种咨询活动，甚至包括否定答复。

PDG

中介与代理

刚刚涉足摄影界的新手很有可能需要代理机构或者业务代表的指导与服务。这些个人或者组织可以为你寻找工作机会。他们通过收费方式代表你与客户协商洽谈。他们的服务费常常按业务量百分比收取佣金而不是按统一费率执行。

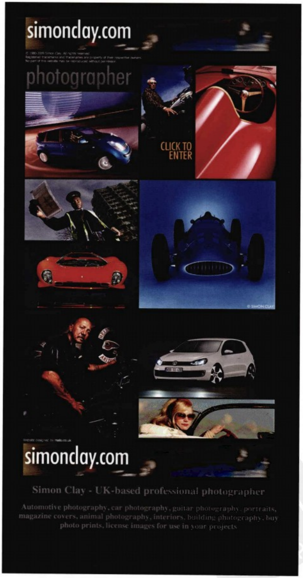
有些代理机构实际上由一个人打理经营。还有一些规模较大，处理各种各样的客户业务。客户类型比较广泛，既有艺术界又有娱乐界人士。大型代理机构的优势是影响大，知名度高；缺点是代理人员流动率高，个人关系没有小型代理机构那样密切。艺术类代理人的客户可能还包括模特、高档食品或时装设计师。

代理人的职能作用

一个优秀的代理人不仅可以将你介绍给潜在客户，而且还代表你与客户磋商相关业务问题。这一点很重要，因为它将资金议题与作品创造分离开来。简单来说，这种方式可以让摄影师与创作团队保持良好的合作关系，你不必为了酬金拖欠一遍又一遍地与编辑和艺术总监接触，也不会因为要求提高费率影响创作会谈的气氛。一个优秀的代理商比你更了解摄影行业，联系广泛，经验丰富。他们也能及时了解广告业动态和媒体杂志工作人员的变动情况。

代理商还可以为你提供高质量的反馈信息，甚至建议你彻底转变发展方向，开发新的业务机会。他们更了解那些付款信誉不好的企业，代表你与客户展开激烈谈判，获得海外市场业务授权。当然，代理商必须证明自己的工作能力，配得上你支付的佣金，而且你必须确定他为你提供了全部应有服务，不能为无益的服务支付费用。最优秀的管理代理商还会在网站上展示你的作品，它们的网站常常是广告管理总监光顾的首选，寻找合适的摄影师和广告项目素材。有些代理商甚至帮助客户物色理想的拍摄场地和作品加工机构，或者将代理摄影师的作品收集制作成图片库，开发更多业务机会。

一旦你建立了一定的业务信誉，希望上升到一个新高度时，就应该考虑与代理商合作。你应该与代理商建立长期友好的合作关系，顺利发展自己的摄影事业。



摄影师网站
西蒙·克莱

个人摄影网站是摄影师的作品展示橱窗，通过它你可以充分展示自己的优秀作品。网站内容应该简洁明快，并及时更新

专业机构

专业摄影是一个独立性很强的行业。自由摄影师常常感到自己隔离于现实社会之外，而且还要与其他摄影师进行激烈竞争。在与大型图片库和广告商谈过程中，你也会发现自己的观点没有得到充分体现。为了确保自己在业务谈判中处于有利地位，更好地体现自己的创作意图，很多摄影师参加了各种协会和专业机构。有些人甚至仅仅出于这一目的组建了属于自己的组织。1944 年，美国媒体摄影师协会（ASMP）成立，这是一个“主要面向媒体出版界摄影师的领导性行业协会”。它的工作宗旨是“保护摄影师权利，提高行业质量，促进职业道德水平，发展行业联盟与协作”，几乎可以提供一个摄影师期望从一个专业协会所能获得的所有帮助。

社交摄影

其他专业机构与行业协会十分相似，不过侧重于从业资格、职业培训和市场推介等内容，这类组织在社交摄影领域非常活跃。英国专业摄影师学会（BIPP）、英国专业摄影师联合会婚礼与人物摄影师协会（SWPP&BPPA）、摄影大师协会（MPA）、美国专业摄影师协会（PPA）等组织的会员主要来自专职从事婚礼，人物和商业活动的专业摄影师。这些协会都有专门小组制定会员入会标准。例如，BIPP 就将自己描绘为一个资格认定机构，而且与其他类似组织一样，提供三种不同级别的会员资格：合格证会员（LBIPP）、准会员（ABIPP）和正式会员（FBIPP）。会员标准评定非常严谨，并为全世界封为行业发展的标杆。世界各地还有很多类似的机构。

专业机构

从左至右：加拿大专业摄影师协会、英国专业摄影师学会、澳大利亚商业媒体摄影师协会、摄影师协会、美国专业摄影师协会、美国国家摄影记者协会、新加坡摄影师协会。

成为全国性专业摄影师协会会员后摄影师会享有一些优势。

新闻媒体

还有一些全国性和国际性摄影组织侧重保护新闻媒体行业摄影师的利益。例如，英国和爱尔兰的英国国家记者协会、国际新闻工作者协会和美国国家摄影记者协会。有些组织颁发全国或者国际通用的记者证。向自由摄影师颁发的出席具体活动的记者证则不同，任何行业组织都可以通过收费方式制作颁发，就是简单的一张纸，上面印上持证人的姓名和照片。

虽然很多专业机构都有悠久的历史（有些甚至从专业摄影出现以后就建立了），最近出现的一个新型组织相当活跃，让拍摄编辑类图片的摄影师们通过电子邮件和信息交流实现共同促进与发展，这就是英国编辑类摄影协会（EPUK）。该协会的管理模式与摄影界其他组织的方式差别很大，任何全职专业摄影师都可自由加入，但是必须参与网站管理，提供网络资源。AOP（摄影师协会）就是最活跃、最著名的此类协会之一，它专业维护时尚类、广告类和新闻编辑类摄影师的利益。其突出优势是与教育界关系密切，并出版了专门针对初级专业摄影师权利、职业道德和业务活动等内容的著作《镜头背后的传奇》（Beyond the Lens），其影响力正在全球范围内迅速发展。

4

专业素养

PDG

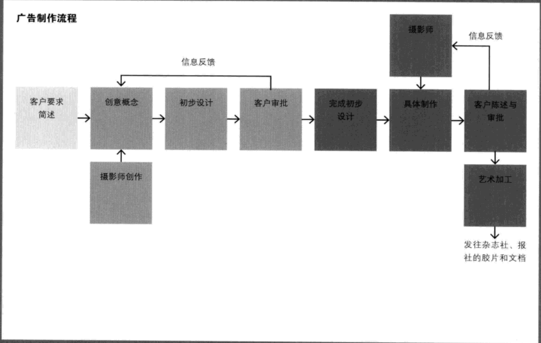
5

概述

概述（名词），一项工作或任务的概要、摘要和一系列指导说明。

6

工作流程



广告制作流程

概要是创作最终图像和最终产品的关键，这个例子中最终产品是一则广告。本图展示出摄影师在排版设计阶段介入广告设计的情况，成为封闭式概要。在一个开放式概要中，摄影师将在创意概念阶段介入设计过程。信息反馈对概要制作起到微调和完善的作用。

概要可以是正式的，也可以是非正式的。可以采用书面形式，也可以是客户与摄影师之间达成的简单约定。在确定概要时，统一口径是很重要的，这会影响到创作方法，以及时间和资金的安排等。每一个概要文件所包含的内容都是具体摄影工作的指导意见，有些规定的十分具体，有些则十分松散。概要将设定摄影的基调和风格，以及图像的最终使用，无论是出现在网站上，刊登在公司年报上，还是用在广告图片中。概要不是一个法律合同，不会规定付款条款和交稿最后期限；它主要关注的是创作项目的创意问题。大多数情况下，每一个工作都会有分开的概要和合同。

摄影师可以直接从客户那里获得概要。负责派摄影工作的艺术总监或创意总监将与摄影师讨论工作，确定创作方法。概要也可以由客户聘请的广告代理商提供。此时，摄影师可以从客户聘请的客户管理人或创意负责人那里获得工作指导。概要可以是封闭式的，也可以是开放式的。一个封闭式概要会详细规定最终图片的外观，构成和使用情况。例如，对摄影师来说，在创作图像时，他很有必要为最终排版时将要出现的文字留出空白区域。无论什么具体项目，一个封闭式概要要求摄影师必须以一个详细的视觉框架或者版面安排为基础展开工作。

一个开放式概要更多的将包含客户对工作方式的愿望和想法。摄影师需要知道最终图像将被如何使用，因为这会影响到处理手法——适合于新闻稿的图片用在广告上不一定合适。双方必须商定项目所需资金和时间，这一点很重要。在具体实施工作前，应该商定明确的项目预算和交稿期限。当然，开始工作后，也可以再次讨论修改概要内容。客户甚至可能同意给予更多的工作室制作时间，让摄影师创作特别复杂但引人关注的图像。不过，他们也可能不同意这样做。

广告、商业和编辑类图片，是由客户编制确定概要的。相比之下，有些摄影师可以向客户提供非常专业的服务（例如，利用无线电控制装在高架设备上的相机，进行空中拍摄），他们可能向客户提出很多建议，在概要撰写过程中与客户的关系完全颠倒了过来。例如，对于一个拍摄建筑物的摄影师来说，应该要求客户明确指出希望图片中出现哪些景物。摄影师可以编写一份书面客户委托协议，避免双方以后出现分歧。在协议书中，甚至可以要求客户指明具体拍摄时刻以及对照片的视点。

客户

客户永远是对的。也就是说，他们的意见是决定性的。这一观点应该是摄影师与客户之间关系的底线，但是，最优秀的客户也会清醒地意识到，自己并非摄影方面的专家，也可能不是很清楚摄影风格与技术方面的最新动向。所以，聪明的客户会依赖自己的创作团队，会给他们宽松的工作环境，而不是限制他们的创造力。

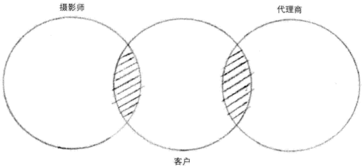
无论简单的移动电话或电子邮件如何让通信变得多么的方便，但如果与一个新客户没有面对面的会面，你最好不要开始任何重要的项目。很多事情都取决于你与他们的人际关系如何，如果双方能够心意相通，创作上的分歧就很容易消除。电子邮件的语言很容易引起人们对实际情况的误解和情感的错误解读，所以电话较好，面对面交谈最好。

客户关系

经过一系列成功合作之后，客户和摄影师之间就会建立起互信关系。然而，需要注意的是，不要错误使用这种信赖感。对于每一位客户来说，都有一些绝对不能打破的规则，他们都有自己不可动摇的原则性规定。这些东西可能不是正式记录在案的，所以你应该对这些问题进行分析判断，也可以与客户讨论，进一步明确了解。如果你比较幸运的话，或许客户会对你做出明确指导，告诉你哪些可以做，哪些不能做。企业颜色和标识都是不能随便更改的。同样，企业的宣传口号和名称是很严肃的，不要试图在这些方面开玩笑或者肆意发挥，如果想要有所创意，还是用在别处吧。

正如我们前面已经指出的，你可能不会与客户直接合作，而是与代表客户的广告公司或公关代理打交道。此时，你只能依赖他们对客户的愿望所进行的解释。

甚至，一个项目背后的驱动力可能并不是非凡的创意。奥利维尔·托斯卡尼（Oliviero Toscani）是一位富有争议的创意总监，他对这种关系背后的动力精辟地指出："代理商会拿到大笔预算，但是大部分资金都被浪费了，因为项目的实施策略是由企业管理层、经济学家、财会人员和核心小组决定的，而艺术家根本没有发言权。"

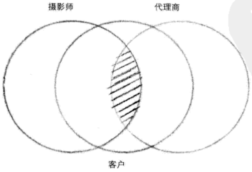


摄影师与客户的关系

有时，摄影师与客户不会直接接触，他们之间的关系由代理商负责协调。有时，摄影师与客户直接联系，但是他们之间的关系由代理商负责管理。

摄影师所希望的东西很少会体现在最终产品或者展示在公众面前。摄影师应该明确客户是老板，你的工作就是按照对方的要求和希望进行创作，这也是专业素养的一部分。如果一个摄影师试图主导创作方向，那么大多数情况下，他们会被炒鱿鱼，而不是被对方欣然采纳。如果你希望改变客户的想法，最好采用讨论和说服的方式。

为客户有效提供优质服务的关键，就是要认清你是在花别人的钱。你必须理解项目的预算限制，并在双方商定的预算范围内完成工作。如果你认为实际费用会超支，应该与客户协商解决。在此，重复一遍：客户永远是对的。



有时

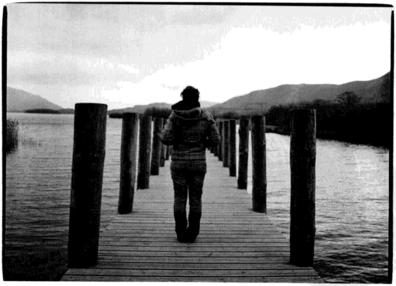
摄影师与客户直接联系，但是他们之间的关系由代理商负责处理。

共同语言

作为摄影师，无论你多么优秀，如果你不能将自己的思想准确表达出来，就不可能很容易地得到工作。找到与客户的共同语言是说服对方接受你创作思路的关键所在。如果你获得了客户和创作团队同事的认可，你的信心就会大大增加。

一位时装或产品设计师可以向客户提供流行趋势信息板。这个信息板包括色彩、质感、材质、塑料、从杂志上剪下来的图片和其他资料等。这些信息在一起产生强烈的设计视觉环境和元素特征。如果摄影师试图利用与客户相似的思路进行创作，就必须依赖现有的图像证明自己的创意效果。一旦客户看到某一效果图，就很难再割舍转向接受其他作品风格。

注意不要受困于别人的“脸色”。当你想向客户展示基调时，客户可能希望表达自己的想法，选定偏好的色彩，或者因为特型模特的面孔而放弃某种处理手法。所以，你最好充分表达自己的想法。你可以投入一定的时间和精力向客户展示试验性照片，或者利用草图说服客户。



克兹维克·罗莎
安德鲁·罗伯特·泰瑞尔（摄影系学生）

这张照片通过一个学生的身体轮廓记录了一个人对拍摄环境的情况，以实景勘查方式提供了作品设计的有力证据

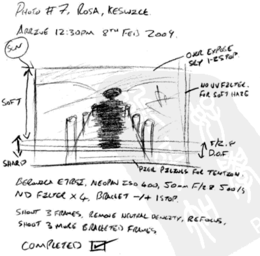
宣传与展示

毫无疑问，作为你的摄影教育和以后的摄影实践的一部分，你必须清晰地向他人展示自己的视觉想法、思路。在大学里，你必须在评论会或课堂上描述自己的作品、处理方式和拍摄动机，回答导师和同学就拍摄风格和拍摄内容提出的各种问题。

作为一个从业摄影师，你必须找到一种合适的语言描述自己的拍摄建议和图片内容，使非专业摄影人士和企业客户清晰了解你的创作思想。在做准备时，你最好假定你的听众不了解专业艺术知识和相关文化。你的陈述内容必须充实，具有很强的说服力，不要用高高在上的口吻向听众讲解拍摄作品的参考信息和影响因素。要及时认真观察听众的反应，选择合适的语言让对方透彻理解你的观点。同样的材料，向摄影同行讲解和向企业董事会讲解你的创作思路应该采取完全不同的风格和语言。

讲解时，最好不用讲稿，语言流畅，具有说服力，选择的语言应该适合听众的特点，力求对方充分理解你的讲解内容。这意味着你必须提前实施细致的基础准备工作，写下要点、支持的论据和创作思路。认真推敲讲稿使用的术语和语言，充分考虑听众的接受能力。如果可能，你可以利用视觉手段表达自己的创作思路，例如绘制图片，便于让客户产生清晰形象的认识。

讲解内容应该言简意赅，不要长篇大论。实际讲解前，应该充分练习，力求语言完美流畅且没有任何技术上的错误。如果可以，应该是用自己的计算机和投影设备，避免出现软硬件不兼容延误演讲、破坏讲解效果的情况。讲解结尾要用最有说服力的内容，使气氛达到高潮。将它作为一个推销宣传对待，快速且有说服力地成交。



草图
安德鲁·罗伯特·泰瑞尔

在大学期间，你就应该培养利用草图展示自己创作思路和能力，这将有利于你日后的实际工作

你的创造力可以走多远

当你在一个优秀的创意团队中工作时，你很容易变得过于雄心勃勃或者夸大某个想法。创作团队常常希望在法律允许的范围内尽情发挥。摄影师和创作团队常常比客户更容易引发争论，而产生负面印象。

如果一场宣传活动或者图片的基调被错误地判断了，问题很快就会出现。公众形象对客户来说是最重要的，发现有不名声的苗头，他们会迅速更换掉创意团队和代理商。如果你的创作内容有可能引发公众质疑，你就必须不厌其烦地联系客户，征得对方的同意和反馈意见。任何客户都不希望自己推出的作品引发公众质疑，惹火上身。

奥利维尔·托斯卡尼

1982 年～2000 年，奥利维尔·托斯卡尼一直担任摄影师和创意总监。“我们，在死囚区（We, On DeathRow）”是他为贝纳通做的一次宣传活动。对贝纳通来说，这次活动引起了很大争议，使贝纳通在美国的销售遭到了沉重打击。“全色彩的贝纳通（The Onited Colors）”宣传活动一直试图挑战传统文化，以惊世骇俗的方式扩大自己的影响。所以，它推出的图片意在吸引消费者的眼球，并让人们产生不舒服的感觉。它们是一些构思简单，但是具有强烈爆炸性的，看起来毫无顾忌地表现种族、死亡、性别的影像。

限制与界限

摄影师对客户“品牌价值”的尊重是客户对摄影师的重要信任。对摄影作品的限制，不同的客户所表现出的程度也不一样。有些客户希望尝试“边缘”，试图让作品尽可能处于可接受的极限；有些客户则尽力避免惹是生非，要求作品不要引发公众质疑，完全没有争议。

摄影师必须充分尊重客户在这方面的具体限制。当然，有时明确客户可接受的极限并不是一件容易的事，尤其当你和客户代理商或客户管理人打交道时更是如此，只能通过他们了解客户的希望和作品制作标准。这是一种主观判断，需要依赖于所有各方之间的充分有效沟通以及摄影师本人敏感的感知能力。此外，摄影师还应该考虑法律方面的问题，这些是地方法律或者国家法律强制执行的明确限制，包括礼仪规范，不得含有淫秽粗俗内容等。

争议性

有时，客户和创作团队可能对公众的好恶情绪判断错误。伊夫·圣罗兰鸦片（Opium）香水的一则广告以模特索菲·达尔的裸体为主体，引发了公众的广泛争议，是 2000 年被投诉最多的广告之一。然而，正是由于这则广告的争议性，一年以后，纽卡斯尔布朗啤酒制造商苏格兰库烈奇公司再次推出了一则戏仿广告。在重新推出瓶装啤酒时，纽卡斯尔布朗公司推出了一系列颇受争议的广告。同样的情形还包括更性感的 CK 广告和克里斯·基勒声名狼藉的坐姿广告。

“全色彩的贝纳通（Vnited Colors of Benetton）”品牌广告：奥利维尔·托斯卡尼创作的黑人妇女哺乳白人婴儿（上图）和马匹（下图）广告

托斯卡尼的这一系列概念性静物和人物照片可能是最富争议性的商业性作品。这些广告性图片需要观众强烈注意并特别认真地观察与分析，才能理解他的作品在公共宣传和广告效应中的作用。（创意总监：奥利维尔·托斯卡尼）

输出要求

提供正确尺寸和格式的图片看起来是最容易做到的事情，但是很多向杂志供稿的自由摄影师常常在这方面犯错误。因为媒体不同，你提供的作品所应满足的要求也不尽相同。如果你希望为这些媒体提供服务，你就需要相应地调整你的工作方式。

20 世纪 80 年代早期出现的桌面出版（DTP）革命让印刷和印刷生产业许多专业的工作岗位迅速消失了。从前，你拍摄的图像底片必须先交给一个负责扫描工作的专业人士进行处理，然后再转交给一个有经验的制版工分色。然而，现在的摄影师通常需要自己掌握这些技能。客户可能要求他们交付的成品可以直接印刷，你事先必须设置好用于印刷的图片尺寸和 CMYK 四色文件。

印刷要求

用于印刷的图像，在经过印刷尺寸设置后，分辨率一般要求为 300ppi（如果你提供的图片分辨率是 300ppi，但是尺寸只是客户要求的一半（线性）尺寸，那么印刷时的有效分辨率则是 150ppi）。你的相机的色彩空间或者更高标准的 ProPhoto 色彩空间并不适合印刷输出；此外，客户也可能根据实际需要指定你提供他们所需要的色彩空间下的图像。

客户甚至可能要求你提供 CMYK 格式（印刷四色）可以直接用于印刷的分色图像，你还要提供详细完整的印刷配置特征文件，以确保印刷实现。屏幕上软校样的结果很快就能显示色彩溢出问题，这是印刷阶段没有办法处理的。当一个图片需要在大范围内使用，用在高质量光面纸杂志上到廉价的新闻报纸上时，这个问题十分常见。因此，你必须考虑不同媒体印刷目的制作不同版本的图像，以便获得最佳的可用分辨率和可印刷出的彩色。也就是说，你可能必须制作一个高质量、高分辨率的母版图像，然后制作适合不同媒体的不同版本图像（关于工作流程的完整信息参见第 6 章）。文件命名方式也是一个非常重要的问题，摄影师需要与客户达成一致的命名规则。

杂志
黄艳来

摄影师一般都熟悉编辑 RGB 图像，但是实际工作中，他们必须提供 CMYK 分色文件，用于杂志、图书的出版

PDG

数码要求

后期处理方面，例如色域和锐化处理，即使是相同的图片也会完全不一样。现在，摄影师必须了解不同的文件类型、色彩管理问题（特征配置文件和色彩空间等），以及 RGB 和 CMYK 色彩问题。很多高端摄影师常常聘请数码助理，专门代替自己处理这些技术问题，确保自己将精力集中在摄影创作方面。

当然，你必须有足够的资金，才能聘请助手为自己服务。事实上，如果你自己对摄影技术问题感兴趣，从业初期选择合适的摄影师充当其数码技术助手是一个不错的选择。在此期间，你可以在工作室中熟悉高档数码照相机的使用技巧，并培养自己利用计算机进行图像后期制作的能力。

网络图像分辨率一般为 72ppi，色彩空间为 sRGB，文件为 JPEG 或 PNG 格式。需要注意的是，图像色彩在网络上的重现不得破坏原本的外观颜色。

Rambert舞蹈公司网站主页
休·格林德宁（图片创作）

在网站中使用的图片，可能需要进行后期制作处理，涉及对尺寸、分辨率和色彩空间进行后期处理

委托要求

对于委托业务，摄影师必须和创作团队的其他成员（通常是设计师），确定清晰准确的作品输出要求。客户可能给你提供一个较为宽泛的创作概要，但是你必须注意自己的作品中要为文字留出空间（例如杂志封面），或者在使用色彩时必须十分谨慎，避免与产品发生冲突或者与图片上重叠其他色彩。你甚至不得不按照自己不熟悉的长宽比拍摄或者编辑图片。

你还必须确切知道自己的图片将在委托项目中如何使用，以及在什么地方使用。如果你创作的图片用于户外广告牌，你甚至可能需要租赁特殊的专业相机拍摄高质量图片。如果你的作品是否被采用还不确定，比方说投给一家著名杂志，你应该知道图片编辑可能选用最容易处理的作品，便于他们印刷出版。

你必须提供合适格式的图片，尽量减轻艺术编辑的工作难度，提高作品被选用的概率，这应该成为自己工作的目标。这意味着你需要向负责图片编辑的部门发送电子邮件或者打去电话，了解提交图片的有关需求说明。事先充分了解相关信息并不会影响你在他们眼中的专业能力。

新Emporio Armani广告
卢卡·吉多尼/Getty图片库

巨型广告牌不仅可以宣传名人、企业产品，还包括你的作品

David & Victo a
Beckha
shop now at emporioarmani.com
EMPORIO ARMANI
UNDERWEAR

时间与期限

杂志和图书必须利用成本非常昂贵的印刷设备，所以，如果要确保经济效益，这些设备就必须开足马力生产，不断地接受新印刷任务。杂志每出版一期或者图书每印刷一次都必须提前充分考虑时间因素，确保印刷序列安排的合理高效。印刷厂绝对不会拖延印刷时间，等待编辑或者广告材料。可以说，印刷公司的期限是绝对性的。作为整个制作链条的一个环节，摄影师必须严格遵守客户给予自己的最后期限。从技术角度来讲，你可以延期交稿或者不遵守最后期限，但是如果这样，该出版商可能再也不会与你合作，而且给自己留下一个负面影响，不论你的照片质量多么好，可能都没有人愿意冒险与你合作。

在整个项目中，还有很多小时间节点。这些都是你必须遵守的，不能破坏任何一个最后期限或者不能满足其他要求。作为创作团队的一员，你必须言行一致，信守承诺，尤其要重视履行时间约定。对于大部分项目来说，信守承诺和创作能力同样重要。

费用和时间

“时间就是金钱”这句格言完全适用于创意摄影。投入项目的任何时间都会体现在最终的劳务费当中。如果一个项目花费的时间是你平时水平的两倍，即使费用高出10%也没有什么价值。当谈到创作费用时，你最好考虑一下人们经常提出的一个问题：我应该收多少钱？

你应该计算出一年当中自己有多少天可以用来工作。你不可能每周7天都工作，而且很有可能需要抽出两天进行创作规划和后期制作。也就是说，一周之中，你可以挣钱的时间只有三天。除去节假日、病假及出于个人原因不能工作的时间，你一年的工作时间可能是46周，也就是有138天可以挣钱。这就是你一年的收入基础，同时你还必须考虑到自己的一般性开支。你必须依靠这些收入更新设备、租赁办公场地或工作室（无法为客户直接提供账单），这些都不是可以直接由客户支付的。现在你就必须完成这项任务，否则你永远不可能实现这种日收入标准。

积木日历
尼尔斯·杰尔德森（设计师）
莱奥·托里（摄影师）

作为职业摄影师，你必须在时间不是特别充足的前提下，在最后期限之前提交作品

那么，你如何才能生存下去呢？简单来说，你可以通过小心保护自己的权益，在条件允许的情况下销售额外著作权或联合著作权，提高收入水平。也就是说，你要拥有自己的作品权利，多次销售。向图片库销售自己的照片，但是永远不能以低于自己的最低收费标准出售。

时间管理对于你的每一个项目和日后的事业发展都是至关重要的。也就是说，无论哪一项工作，你都必须认真规划，划分出合适的和足够的时间从事拍摄准备和创作最终产品。从长远来讲，摄影师还应该规划自己的工作模式，确保现有客户突然提出项目要求，你都有可能处理。同时，这样也可以让你有时间改进工作，处理个人事务。你还可以在有规律的大项目之间插入小项目。

法律问题

摄影师和客户之间的关系中还有法律问题。合同就是由法律制约的协议，也就是说，它可以由法庭来强制执行。一个合同必须具备某些必要的特点，例如包括邀约、接受（为了一个共同目的接受协议），以及一定报酬和付费形式等。

合同不必一定是书面的，但是书面合同可以更好地保护各方的利益。因为缺乏证据，一个口头协议很难得到有效证实。我们建议摄影师尽可能详细地把所有项目都写在合同中，而且每一个项目都要签署合同。如果不能签署书面合同，那么你应该利用书面方式从客户那里确认所有重要项目，这可以最大限度地保护你的利益。合同是保护自己的法律基础，如果没有合同，你的工作可能发生纠纷，或者服务费不能得以兑现。

一个拍摄任务的邀约与协议

经过初步商讨，客户将向摄影师提供项目概要，然后摄影师给出报价。

之后，客户根据摄影师的预算制作发出订单，这意味着接收摄影师的报价。该委托书包括双方商定一致的所有条款和条约，包括版权使用转让、付款条款、材料所有权、商定的用途，以及其他权利、权益等。

其中，特别重要的是作品使用权问题，因为如果代理商在付款前破产，你还可以从最终用户那里追讨项目费用。摄影师还应该和其他有关各方签署合同，例如造型师、模特、摄影背景承建商等。

著作权

什么是著作权呢？它是出版发行一个摄影作品的法律权利（也有可能是限制出版发行的权利），以及授权他人出版发行摄影作品的权利，并以此收取费用。事实上，随着老法律在实践过程中的不断完善和新法律的不断推出，版权问题会变得越来越复杂。

你无须记录或者创造著作权，自你创作出照片的那一刻，你就拥有它的著作权（这在英国和中国是毫无疑问的，但美国法律对注册和非注册的作品处理方式会有所不同）。著作版权的有效期长短取决于作品所属国家的法律规定。

著作权可以转让、出售，甚至有时还可以由后代或受益人继承。作为著作权持有人，摄影师可以授权作品在任何媒体或地区，在任何时间内进行复制使用。转让著作权意味着别人可以控制你的作品，可以利用它获取经济利益。这就是作品租用和销售之间的区别。摄影作品经纪公司会告诉摄影师，最好不要实施著作权转让，那是迫不得已之时所采用的最后手段。

著作权法的目的就是为了实现作品创作者和照片使用者之间的利益平衡（图片使用也包括出于研究目的对图片的利用）。本书也只能在复杂的著作权问题上给你一点点提醒，建议你时刻应该接受专业人士根据当地最新法律规定所提供的服务与建议。

“投入项目的任何时间成本都会体现在最终的劳务费当中。”

PDG

假冒与剽窃

剽窃是专指盗用他人的创意和作品进行假冒。假冒的意思是假装他人的创意是自己的，其中的关键在于“故意欺骗”。虽然有些摄影师可能故意模仿他人的作品，但是摄影师也常常在不知情下，成为这一问题的受害者，有人故意设圈套让他们钻。前面我们已经提到了这一问题，当你拿别人的作品支持自己的创作思路时，客户可能非常喜欢你拿来的佐证作品，然后你必须模仿他人的作品进行拍摄，以便满足客户的要求。

避免发生这种情况的最简便手段是，不要在创意讨论会上出具他人已经拍摄的照片。不要利用他人的作品支持你的创作思路，因为最终你可能不得不模仿别人的作品或者将其稍加修改以满足客户的要求。要永远相信你可以比别人做得更好。

恰当的平衡

摄影专业学生在大学学习过程中，老师常常要求他们模仿著名摄影师的经典摄影作品。然而，如果老师不能向学生清楚地解释这种练习的意义，那么他们毕业以后就极有可能在执业过程中误入歧途，轻则在创作过程中出现令人失望的情形，重则发生纯粹剽窃。

老师之所以要求学生从事这样的练习，是希望锻炼他们的敏锐观察力，让他们头脑中有一个明确的创作目标，告诉他们如何正确使用镜头和灯光。然后你用这些知识作为你创意研究和个人表现的跳板。然而，如果这种活动不是发生在大学教育期间，而是出于商业目的，就会出现问题。如果你只是一知半解，就极有可能流于抄袭。领悟精髓后，你就会在一些合适的限度范围内发挥自己的创造能力。这一部分的真正目的是希望你能找到自己的创作素材，不要依赖他人已有作品去拍摄。

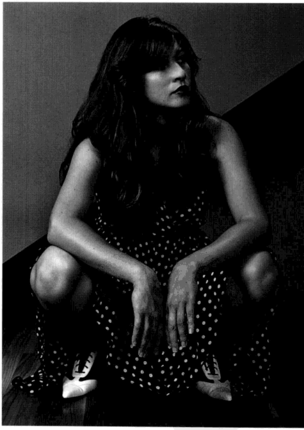
观察摄影创作素材的技巧是挖掘更深层次的“创作意图”。你应该设法找出摄影师的创作动机，然后以这些动机促进自己的创造力。通过简单模仿其他摄影师作品的外观和风格，你不仅欺骗了客户，而且也愚弄了你自己。

似曾相识?
戴维·普拉克尔

是的，这是模仿著名摄影师欧文·佩恩概念性静物摄影《意大利食品》的一幅作品。所谓假冒，就是模仿他人的摄影作品，而又声称这是你本人的创意。你不能以这幅作品作为插图介绍意大利食品，完成客户委托的项目。那么，我们为什么还要临摹他人的作品呢？因为你可以从优秀的摄影师那里学习如何用光以及用火柴将素材连接布置在一起等技巧。

模特与肖像权

你应该知道，必须征得本人的同意，你才能发表他们的肖像。但你可能不知道的是，和人物肖像权一样，这个问题可以延伸到其财产物权。“个人的图像权”及其应用在不同国家的差别很大，所以你必须充分了解不同国家的当地法律和风俗习惯。例如，法国对隐私权的规定比英国和美国要严格得多。对于一个雇用模特创作的摄影师来说，这个问题要简单一些，而那些以普通公众为摄影对象的摄影记者面临的问题要复杂得多。



无名女性肖像
雷蒙德·埃尔斯泰德

当你希望发表一幅以模特为对象的摄影作品时，最好附上模特本人的授权签名，无论对方是职业模特还是业余模特，都应如此

模特授权协议

模特授权协议是一个基本合同类型，是模特和摄影师就照片用途和相应报酬达成的协议。照片使用费可能包括酬金、印刷费，甚至可以是免费的。但是，无论具体内容如何，都应在授权协议中明确注明。你可以参考下页提供的表格，填写必要的细节。摄影师和模特都应保留双方签字的授权协议，而且还应该有见证人。如果是儿童模特，应该有其家长和法定监护人在授权书上签字授权。

如果你是从代理商处聘用职业模特，那么你与代理商签署的合同中应该包含相应的模特授权条款。如果客户希望在合同规定项目之外使用图片，就有责任支付额外费用。例如，如果客户希望将原来用于杂志广告的图片用于户外广告牌，你就可以额外收费。

许可协议

现在，越来越多的摄影师在出版发行自己的作品时会签署许可协议，这一做法甚至扩大到了作品所涉及的普通公众身上。不过，英国在这一问题上规定了例外情况，包括那些主动将自己置身于公众关注之下的人。例如，那些经过精心打扮参加狂欢游行的人不在此列。现在，很多摄影师会采取措施规避这一问题，对作品进行专门处理，让人们认不出作品中所包含的摄影对象。他们故意调整快门速度，让图片所包含的人物形象变得模糊，或者干脆从人物对象背后拍摄（当然，在法律角度上这种做法并不能总是有效）。

如果你确实拍摄了公众场合的人物，未经对方许可，不得用于广告。当然，你绝对不能让他们的形象遭受戏弄，或者暗示他们参与了某种犯罪活动，否则你将遭到诽谤起诉。如果你拍摄的图像包含人体某一部分，图片库会建议你与拍摄对象签订授权许可协议，因为对方可以通过这一部位辨认出自己（而不只是被别人认出）。

对于某些素材图片来说，这一问题使图片库的销售难度大大增加，因为图片库会要求摄影师提供所有素材图片所涉及的模特和财产授权许可协议。有些图片库可以接受没有授权许可协议的财产类图片，但是必须进行明确标注，潜在客户常常避免使用此类没有充分法律保障的图片。

ContractStore公司模特授权协议 样本

你应该准备好自己的空白格式授权书，并与摄影设备放在一起，以备随时使用。

模特授权协议

模特姓名和联系方式：

摄影师姓名和联系方式：

拍摄日期：
拍摄地点：
作品用途[1]：

网站　　宣传手册 / 宣传资料　　杂志和报纸
广告　　图片库
其他

模特姓名是否可以公布：是 / 否[2]

基于如下考虑，我同意摄影师，任何经过合法授权的个人，机构和企业有权根据上述目的（或任何其他目的）[3]以任何媒体方式使用我在上述日期拍摄的照片。我同意这些图片可以与其他图像、文字或影像结合使用，也可以利用数码手段进行艺术加工。

我同意，在图片销售和商业使用过程中，我不再有权索要任何额外费用，不再享有任何版权和其他形式的知识产权。

对于摄影师和任何第三方以合法方式购买使用上述照片或图片，我不会提出任何法律诉讼、索赔或任何其他要求。

双方商定的支付给模特的报酬和费用：

我已经认真阅读本授权协议，完全明白所含意义和内容。

签名：　　（模特）　　（见证人）

签署日期：

如果模特年龄低于 18 岁，请其父母或法定监护人签字：

父母或监护人：

日期：

1. 在相关项目上画圈
2. 删除不合适内容
3. 或者删除本部分措辞或直接删除括号内容

ContractStore 版权所有，Z164，2008 年 10 月

解释说明

这个模特授权协议简单明了，目的是保证模特确认他/她同意摄影师完全使用照片。模特授权协议是摄影师与模特之间签署的一项合同，确定摄影作品如何使用。如果没有双方签字的书面合同，摄影师就不能销售一幅以人物为拍摄对象的作品，即使对方不是一位专业模特，即使有口头表示许可也不行。

协议书的各项细节必须全部填写，尤其是模特和摄影师的姓名与联系方式。此外，协议书还应注明照片拍摄日期，性质和用途等。照片的用途可以仅仅局限于协议书所载明的范围，也可以是没有限制的。

协议文字表明，摄影师本人及其同意授权的任何第三方都有权使用照片，照片可以经数码技术加工，也可以和其他图片或文字一起使用。

本协议书还规定了向模特支付的报酬，通常表现为费用支付，也可以是象征性利益或者金钱之外的酬谢方式，例如，一套照片等。

如果模特年龄不满 18 周岁，那么其父母或监护人应代表他们签署本协议。

ContractStore 公司版权所有，Z164，2008 年 10 月。

财产授权协议

财产授权协议是允许拍摄和使用他人所有物的书面许可协议。该协议通常适用于房屋。不过，如果你需要使用他人获奖宠物或者老爷车拍摄时，同样需要得到所有人的许可。该协议还适用于品牌徽标，标志性产品设计（例如苹果公司的 iPod），或者任何艺术作品或者插图。协议最好附上所用财物或拍摄模型的照片。

在某些地区，在公共场所拍摄，甚至从公共场所拍摄私人场所都不违反法律，无须签署授权许可协议。然而，很多情况下，摄影师的行动还是会受限制的。在英国，如果摄影师的拍摄行为影响了干道交通，或者干扰了他人的正常生活，警察就有权阻止他们进行拍摄。安保人员无权剥夺你在公共场所拍摄的权利，但是有时你可能无法断定一个地方到底是公共的还是私有的。例如，大型购物中心就不是一个公共场所，因为其土地是私人拥有的（而且，城市街道也越来越多地呈现出这一特点）。

例如，澳大利亚法律规定，私有场所的所有者有权控制场所内进行的活动。此时，地方法律没有明文要求在什么地方不得进行摄影拍摄。属于此类的私有场所包括前面提到的购物中心，还有影剧院和美术馆，甚至包括体育场等。处理这一问题的原则是，永远要关注并遵守国家和当地法律，事先进行必要的调查和计划，尽量获得拍摄许可。

海边小屋，北卡罗来纳州霍顿海滩
神秘摄影，C·马斯特拉维奇

当你的拍摄地点为公共场所时，不必签署财产授权协议，不过一个书面许可协议可以避免日后遭遇麻烦

团队协作

如果你能依靠自己的技能和判断，创造一个具体的拍摄“样子”，说明你是一个非常有主见的人。对于一个摄影师来说，在创作团队中与他人合作，可能不是一件特别轻松的事情。一个工作小组可以通过对话方式协商问题，制定决策。大型团队可能还会举行正式会议，划分不同的小组解决具体问题，然后将工作情况汇报给团队领导层。在团队讨论中，每个小组成员都会发表自己的观点供小组考虑，其他成员可以表示同意与否，也可以展开辩论。

调解人

一般来说，技术讨论可能比较顺利，但是也不一定完全如此。当讨论进入个人意见陈述时，小组成员可能表现出很强的情绪。所以，应该指定一个调解人主持讨论。这一工作不必过于正式，但是任何一个创作小组都应意识到他们中的一员应肩负这一角色。

主持人的作用就是阻止讨论演变为无意义的争论，而要推动决策制定，防止小组分裂为小利益团体。这不是一件简单的工作，这需要技巧和自觉自愿，有时甚至需要牺牲自己的个人观点。有时，你需要鼓励不愿表态的成员发表意见，让过于活跃的成员尊重他人的观点。主持人工作最重要的职能是在会议结束时能引导大家得出结论，概括决议内容，明确小组成员应该采取的行动等。

主持人最好用文字或电子邮件方式通知小组成员开会需要讨论的内容，让他们有较为充足的思考时间，以便开会时让他们做好发言。会议议题不必十分正式，只需列明会议主题，以及希望由谁来对某个具体问题发言即可。

“对于一个摄影师来说，在创作团队中与他人合作，可能不是一件特别轻松的事情。”

分工合作

一旦开始创作，你将与一个不同的团队合作。在影室或外景，摄影师需要依靠不同的感知能力和个人技巧。从业初期，你就可以明白自己是注定要和一两个人（一个摄影助理和影室经理）合作，还是喜欢在一个拥有造型师、模特、数码助理，甚至其他摄影专业人士的大型团队一起工作。

经常合作的非正式团队常常一起在影室或外景地工作，摄影师的朋友以及其他“处于休整状态的”摄影师充当副手。你会发现大部分人都互相认识，曾经有过合作经历或者一起参加过社交活动。对于一个新摄影师来说，这可能有些陌生。但是，最重要的是，你必须尽力做好分配给自己的任务，并力求做到最好。这样，人们以后才能再次邀请你一起合作。

布莱普尔与菲尔德学院的摄影系学生在影室工作

院校学生会很好地意识到自己是否喜欢在影室内工作以及如何去工作：个人或成为团队中一员。

安全操作

如果一个小公司雇用你为摄影师，它有责任确保你的健康和工作安全。同时，员工也必须为自己和其他人的安全负责。一个公司应该对工作风险进行正式评估，有可能的话可以进行相关培训以符合法律要求。对于自由摄影师来说有些不同。作为一名自由职业摄影师，你必须注意自己的行为方式，不能让他人身处危险之中，也不能让任何合作者的健康和安全陷入危机。

风险评估是风险管理的第一个部分。风险评估的第一步是确定工作地点的危险水平。工作地点包括影室和外景地，尤其对你要拍摄外景照片的场所的风险评估更要特别注意。

危险和风险评估

危险是指任何可造成伤害的物体或环境。例如，在影室中，地板上铺设的电缆就可以被认为是一种危险，其潜在风险在于人们有可能被这些电缆绊倒。一旦你认识到了某种潜在的危险和及其特征导致的风险，就必须想办法制定与实施控制风险的措施。这些措施也就是控制风险的方法。我们还以影室中铺设在地板上的电缆为例，控制措施可以是将电缆尽可能地盘绕在照明灯基座周围，尽量避免电缆摆放凌乱。如有必要，可以将经常走动的区域的电缆绑好，用胶布固定。为在影室内走动的人们，给出明确的警示。

如果你拥有自己的影室或者办公室，必须进行火灾和电气安全风险评估，以及计算机设备使用（座椅和屏幕）、重物抬升和危害健康物质的控制（COSHH）。虽然数码照片降低了化学试剂带来的风险，但是印刷和胶片使用的粉剂和黏合剂也会引发严重的安全问题。应该聘请资质合格的电工检测所有电路，确保用电安全。

作为一名自由职业摄影师，你必须注意自身安全，熟悉影室摄影与照明设备安全操作。如有必要，你可以聘请专业人士提供帮助，接受影室经理和租赁公司代表的建议和指导。要总是遵守工作中的“好方法”和安全制度，包括良好的室内卫生习惯（保持影室和拍摄场地的清洁和有序），时刻注意环境变化可能引发的新风险。

保险

利用模特、造型师、摄影助理开展工作的自由摄影师需要为他们投保最新的雇佣和公共责任保险。摄影师还必须清楚保险单保险范围的局限性。例如，如果你接受一个海外项目，是否还在保险范围内？公共责任保险可以对你的财产损失以及他人人身伤害与死亡等方面进行赔偿。例如，如果一个人在你的拍摄现场被电缆绊倒，这种保险负责提供赔偿。

建议你投保职业责任保险，它可以保护你在业务过失方面的损失。例如，你雇用的某些人有欺诈行为，或者违反版权法。不过，这项保险现在越来越多地用于解决诽谤和中伤方面的纠纷。

摄影影室内景
lofoto公司/shutterstock图片库

工作中的风险形形色色，千变万化。你必须查清各种可能发生的危险，为自己和他人营造一个安全的工作环境

5

概述

PDG

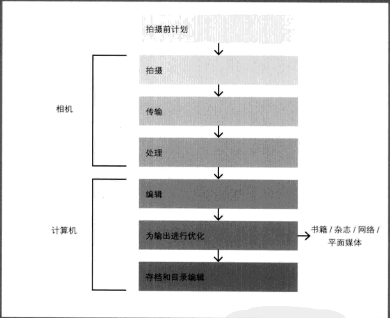
6

工作流程

工作流程（名词），一件作品从概念到完成所经过的流程顺序。

数码摄影工作流程

相机上的工作只占数码工作流程的一部分，拍摄前的计划和后期处理是关键。



本章主要侧重于数码工作流程，而不是胶片工作流程，两者之间存在重要区别。工作流程是一个创造和准备使用数码影像的流程。第一步是拍摄前计划，包括对将要创造的影像类型进行概念性的开发，以及为了创造和捕捉建议的方式所需设备的考虑。为了实现正确的理念，可能需要租赁选定的设备，但必须在使用之前对设备进行检查。电池必须经过测试和充电，记忆卡必须经过分类和格式化。

拍摄可能是工作流程中最直截了当的一部分，但却是摄影师的技术知识与创意结合的体现。然后将拍摄下的影像从相机被传输到计算机以进行编辑。还可以通过手机或宽带传输到笔记本计算机上进行编辑。但是，相机也可以用所谓的“连线”方式将影像直接传输到一个基于影室的笔记本电脑。

一旦数据被输入计算机，就要通过严格的文件备份体系，在复制并确认备份文件之前，绝不要删除记忆卡中文件，这是保护流程所有阶段的关键。为了能看到数码相机拍摄的影像，很有必要使用浏览和编目分类软件。经过分类和分级，影像就必须从拍摄时采用的RAW格式处理成可编辑的原始相机所拍摄的照片。在此阶段可进行无损的曝光调整、色彩平衡和大量其他图像方面的处理。当RAW文件被转换成可编辑的副本时，图像内容可被编辑或改变，或将拍到的许多原始图像合成影像。这些可以通过使用具有强大的图层和蒙版功能的图像编辑软件（例如已成为行业标准的Adobe Photoshop）来实现。

最后，文件需要以不同尺寸和形式输出，以满足不同媒体或进行目录编辑的需要。为了方便起见，目前大部分图像拍摄工作流程已采用计算机应用软件处理，例如Apple Aperture和Adobe System Photoshop Lightroom。

摄影工作流程

独立的摄影师会基于偏爱的产品来开发自己的工作流程。这些产品将是那些帮助实现理想效果同时在时间和金钱上都比较经济的软件包。许多独立摄影师只使用大程序的一部分功能，与使用第三方独立产品相比，他们可能更喜欢相机制造商生产的RAW文件处理软件，然后在像Photoshop这样的图像处理软件中处理。

输出打印可能由RIP（光栅影像处理器）完成。虽然Photoshop一个软件即能独自处理工作流中的每个环节，但我们发现越来越多的摄影师将各种功能混合搭配成复杂的个性化的工作流程。

工作流程模式

大机构，例如久负盛名的摄影工作室和杂志或报纸会有精心构建的（可能比较严格的）工作流程。新人需要学习并遵守——无论作为独立摄影师时自己的经验如何。在处理你自己的工作前，最好由一位“老手”带你了解工作流程的每个细节——这一过程的一些部分可由数码专业人士进行处理，而不是由你亲手做。许多摄影师发现这种自主权的丧失很难解决，但只有接受。

基本上，有多少摄影师，就有多少具体的工作流程。对于独自掌镜的婚礼摄影，或报道奥运会或超级碗（Super Bowl）美国橄榄球年度冠军赛之类的重大体育赛事的编辑团队，或是为图片库拍摄自然历史图片的摄影师来说，工作流程是截然不同的。

婚礼摄影师工作流程样本

- 使相机时间标记同步。
- 每个摄影师具体的工作范围和拍摄细节。
- 在可靠的计算机硬盘上备份原始相机文件。
- 创建拍摄目录，根据拍摄日期和时间进行分类。
- 剔除技术不好的图。
- 批量重新命名和写入元数据。
- 备份到存档级别的DVD光盘上（每个客户一套）。
- 目录分类、存储和建立档案。
- 检查和编辑文件；删除不合格的影像（此类删除基于主题内容。例如，效果不好的面部表情）；在交给客户之前进行编辑。
- 用Photoshop修改选用的影像。
- 将影像交给客户：根据经过更新的影像目录，使用数码资产管理器放映幻灯片。
- 为输出和打印准备经过挑选的影像。

野生动物摄影师工作流程样本

- 本工作流程由为图片库拍摄影像的独立摄影师所采用，以计算机操作系统文件夹分级为基础。
- RAW 文件库：所有图像，无论任何项目，都放在一个外置硬盘里的“文件库”中。在文件库中，图像被分成 DVD 容量大小的子文件夹中并备份到 DVD 上。
- 处理：制作 RAW 文件库目录，然后用编目软件选择要在独立 RAW 处理软件（例如 Capture One）上进行图像处理的图像。
- 经过处理的 TIFF 文件：一些图像不需要编辑，直接进入一个主文件夹，其他被收集到一起准备进行润饰。
- 经过处理需要进行润饰的 TIFF 文件：即在上一步被确定为需要去除污点的文件，或其他将 Photoshop 处理的文件。
- 母版 TIFF：用于提交客户 / 文件库的文件，所有都经过编目和关键词设置。
- 所有文件都经过这个文件夹“装配线”。不需要逐级搜搜文件夹——整个工作流程都基于已完成的文件。

基本工作流程：拍摄前

工作流程——拍摄前只是计划的代名词。俗话说得好："谋定而动，事半功倍"。摄影工作流程的顺利运作和成功依靠是计划的质量。明确的目标、满意的结果和如何去实现的方法是工作计划的一部分。摄影工作流程计划更关注技术流程的细节。需要解决的主要问题是相机的校正调试和色彩管理系统的采用。

色彩管理

色彩管理是试图将从通过计算机显示器呈现出的色彩与印刷输出（无论是喷墨打印机校样还是杂志页面印刷样）的色彩进行匹配的过程。这一过程是由计算机软件完成的——有些软件可能是计算机操作系统的一部分（例如苹果系统的 ColorSync）——或硬件与软件的结合，例如创新的 ColorMunki 。

为了精确控制整个工作流程中的色彩，色彩管理系统需要有一系列设备（相机、显示器、打印机和扫描仪等）的特征文件。每台设备的数据（基于各自色彩表现的特征文件的信息）都能进行修改，色彩可以调整。这样就使得你通过相机看到的色彩与你在计算机显示器上看到的和打印出来的最终效果相同。

"明确的目标、满意的结果和如何去实现的方法是工作计划的一部分。"

校正

校正就是调整和重新调整一台设备或机器以使其符合一个已知的标准。计算机显示器要校正其色温白点、对比度（Gamma 曲线）和黑白亮度。这一过程确保计算机显示器显像性能稳定一致，以便你能对色彩平衡做出准确判断。

想象一下，如果你试图在计算机显示器上重新平衡一个模特过于粉红的皮肤色调，你会增加一点绿和蓝调整色彩，使皮肤色调变得自然。显示器上看起来尽善尽美。但是，当文件打印出来时，结果是皮肤会出现蓝、绿偏色，这是因为你只修改了屏幕上的错误，而不是图像的实际偏色。

对已知色彩目标进行拍摄或扫描的校正处理输出的是一个描述相机或扫描仪性能特征的数据文件，我们称之为特征配置文件。这些特征配置文件准确地描述了输入或输出设备的色彩表现或色彩空间的特性，通常是按照国际色彩联盟（ICC）标准产生，因此被称为 ICC 特征配置文件。

如果给定打印机类型和特定纸张的 ICC 特征配置文件，Adobe Photoshop 软件就能在不用打印一页的情况下，使用一种称为“软打样”的方式显示输出质量。做任何工作之前，正确地设置一套可靠的、行之有效的色彩管理系统对专业摄影师来说至关重要。

基本工作流程：拍摄

工作流程的拍摄阶段进入实际图片拍摄，但专业摄影师在按下快门之前必须做出许多决定。这些决定包括将要拍摄的文件使用什么色彩空间、图像的尺寸和文件格式，以及基于这一决定如何考虑曝光和白平衡。

“专业”相机允许使用更大的 Adobe RGB（1998）色彩空间和有限的消费级图像打印的 sRGB 空间。有时专业人士可能希望回到 sRGB 色彩空间拍摄（例如，拍摄只用于网络的图像），以避免将来再转换成 sRGB。这一决定应是拍摄工作流程检查清单的一部分。

“在进行任何重要工作前，检查相机的设置和操作。”

拍摄模式

下一个重要决定就是在采用RAW文件模式拍摄，还是JPEG或TIFF模式拍摄之中做出选择。RAW文件比较大（储存张数较少）且相机处理时间较长。JPEG模式下通常拍摄得更快，在同样一张相机记忆卡上可以储存更多照片。但RAW模式拍摄的文件可进行锐化、白平衡甚至曝光调整，无损后期处理，不损失图片质量。

而对JPEG文件的任何改变都会降低图片的质量。许多新闻和体育摄影师使用JPEG，这是因为他们需要更多影像选择，他们经常快速拍摄影像，报纸对图像的质量要求不是很苛刻。对任何其他专业摄影师，如果他知道会有后期处理，我们都会建议他采用RAW模式拍摄。

检查相机是否工作而且工作良好，尤其是关系到测光表和曝光的。这个显而易见的问题经常被忽略。在进行任何重大拍摄之前，应检查相机的设置和操作，尤其对于一台来自报纸和杂志的或租来的“破旧”相机。曝光检查非常关键，还应花点时间重新格式化数码相机的记忆卡，并剔除所有存在缺陷的记忆卡。

白平衡

白平衡检查曾经是胶片摄影师工作流程的一个重要部分。虽然用RAW拍摄时取得正确的白平衡不像以前那么重要，但是考虑并准确设定白平衡总是有益无害的。婚礼摄影师通常在每个新场地重新进行白平衡，以确保最佳效果，婚礼上精确的婚纱颜色是极其重要的，对于摄影师也是如此。

一个专业的犯罪现场摄影师曾经说过，他用数码相机时，大部分工作就是进行电池管理，而不是摄影本身。电池电量足以供应当天的拍摄（为了保险有更多最好）是至关重要的。在拍摄照片时，一台耗光电池的数码相机和一块板砖没有两样，而许多胶片相机起码还能机械操作。

基本工作流程：传输

数码相机工作流程的传输阶段主要看图像是如何从相机传输到计算机上，以进行随后的处理、编辑、编目和存储。一个重要的选择就是确定是从相机直接读取文件，还是取出记忆卡，再从记忆卡读取文件？直接从相机读取文件能确保不会出现读卡器连接的问题（事实上不一定会发生），但是却会消耗相机电池。

记忆卡和备份

许多摄影师更喜欢将记忆卡从相机取出，然后通过一个读卡器将其直接与计算机连接。这样做有一个好处：节省相机电池电量，而且在从卡上下载文件时，相机可以使用另外一张卡进行拍摄。

当大牌杂志或新闻机构的摄影师在拍摄一场大型体育赛事时，可能会有一个数码助手像信使一样在摄影师所在地和中央处理办公室之间来回往返。这个助手收集用过的记忆卡，再将重新格式化的卡返还给摄影师，使他们能持续拍摄。当拍摄体育项目时，现代高分辨率数码相机持续高速连拍会使记忆卡容量很快用光。

对于一个独立摄影师来说，合理的工作安排就是预备在返回基地前足以进行持续拍摄的记忆卡。一些摄影师更喜欢容量较大的记忆卡，这样他们就能避免换卡和损失拍摄照片的机会（还有一些摄影师拍摄一些要求不高的主题，他们可能希望使用一些容量较小的卡）没有比一个大容量记忆卡出现问题而需要恢复，或丢失，或遭受无法弥补的损害更糟糕的事情了。逻辑学告诉我们，当你的影像只停留在记忆卡上时，它们是最脆弱的。在建立备份之前不能删除任何一张记忆卡上的内容。然后你要将卡放在即将使用的相机里重新格式化，不是只简单删除，还要进行低级的格式化。

Wi-Fi

Wi-Fi 技术的迅速发展意味着摄影师可以使用无线连接将他们相机里的影像传输到计算机中，可能继续传输到图片编辑处。高端相机制造商还销售专用的无线传输器。普通消费者则可以享受简单的 Eye-Fi 分享卡所带来的轻松体验。Eye-Fi 分享卡在一张小小的 SD 卡上整合了 Wi-Fi 传输器和图像记忆内存。目前这种卡已出现在消费市场上，它无疑将成为专业摄影师喜爱的传输方式。

“当你的影像只停留在记忆卡上时，它们是最脆弱的”。

PDG

基本工作流程：处理

数码工作流程的处理阶段与胶片冲洗过程相似，即从技术上实现拍摄的影像。虽然对某些摄影师来说可以选择直接 JPEG 拍摄，但数码工作流程假设的前提是 RAW 拍摄。在处理阶段，人们将 RAW 文件处理成适合为特定媒体编辑和优化，适合输出印刷和展示的文件。相机的 RAW 文件与用于编辑和输出的文件不一样。经过曝光、白平衡、色偏修正和初始裁切方面的修改和调整，RAW 文件在处理阶段形成新文件。

什么是RAW文件?

RAW 文件就是来自相机传感器未经相机处理的文件。RAW 文件的优势就是专业计算机能通过处理器的集中工作，计算机的处理器在进行数据量大的图像处理工作时，可以得到比相机内置处理器更好的结果，如对图像去马赛克、锐化和降噪等的处理。RAW 文件的分辨率为 12 位或 14 位，提供不同等级的未来校验。每个制造商使用专有的 RAW 文件格式和专门的软件来处理和打印 RAW 文件。

但是不同格式之间很难兼容。一台相机的 RAW 文件不太可能被另一台相机的捆绑软件正确处理，即使它已得到处理。Adobe 公司（Photoshop 的生产商）的数码底片（DNG）格式创建了一个相机 RAW 文件开放标准，但只有少数几家制造商采用该标准。

目前有许多 RAW 处理器软件。一些主要相机制造商，例如尼康和佳能都生产自己的 RAW 处理软件，如 Capture NX2 和 Digital Photo Professional，其中一些已经处理软件已经与专业相机进行捆绑，而另一些需要单独购买。

PDG

RAW文件处理器

新一代 RAW 文件处理软件提供了一系列修改功能，包括去污点、数码渐变滤镜和减噪。一些能提供有限色彩选择编辑功能，还有一些提供克隆和复原功能。应用了 RAW 处理设置后的 RAW 文件，通常转换为 TIFF 文件。这是经过处理的文件，而不是原始文件，在后续工作流程中可能还会对内容进行编辑。文件可采用批量方式或特定方式处理。摄影师还可以利用处理预设功能对大量图像迅速应用公司或摄影师个人的风格。

“以不同方式输出的文件需要采用不同的方式锐化。”

基本工作流程：编辑

数码工作流程的编辑阶段实际上分为两部分。第一部分是对图像的选择、决定和裁切——可以在处理前或处理后进行，这取决于具体工作流程，但与内容编辑截然不同。一些提供选择和比较编辑前后效果的工具。可在Adobe Photoshop Lightroom 的 Library 模块中进行编辑选择的第一部分工作。

第二部分工作（内容编辑）必须使用图像编辑软件。这一部分包括大量润饰（一些可以由完成，但不能完全由它完成）和任何分层或合成——在合成过程中，不同图像被拼接合成在一些，形成一个最终的合成图像。

通常情况下，裁切、图片平直和旋转可在编辑阶段进行，虽然从技术上说最好将这些纳入处理阶段中。这样做可以尽量减少由于不断编辑而导致图像质量下降。在RAW 文件处理阶段最好尽量多地完成这些工作。

谁来编辑

摄影师往往并不是挑选最终图像的人。例如，他们并不负责最终将会出现在发表的广告里的图像。编辑可能很快地在影室里由艺术指导和摄影师在计算机显示器上或者在外景拍摄现场用笔记本电脑完成。这些可以通过 Raw 处理软件的查看（View）或图库（Library）模块或者用专门的可以对 Raw 文件编目以便进行比较、选择和做标记的资源管理软件进行。

然后将由摄影师或数码助理在一个缩小了的选择范围内做出最终的产品文件。它可能是在选择进行前的那种需要应用于一批图像的“样子”，或者批量的色彩匹配。随后一小部分图像将被交给客户进行最终的挑选。反馈回来的信息可能是需要做一些内容编辑以改变某个道具或改变某件服装的颜色，然后文件将进入内容编辑的下一个阶段，再返回给客户进行最终审批。

编辑软件和技术

内容编辑属于 Adobe Photoshop（和类似能产品如 Corel 的 PaintShop Pro）领域。这些产品能将图像进行图层操作，在很大程度上改变图像的内容。一个典型的例子就是将一幅照片的天空或将在影室里拍摄的模特放在一幅异国情调的背景中。

图层操作不仅允许对图像进行较大调整，而且可从多个来源的图像创造合成图像。这种工作通常由数码专家完成，如果你想自己创造一个的合成图像，你必须坚持你对纹理、灯光、比例和透视的摄影判断。但这些图像经常充满不同来源的线索，例如不真实的阴影和难看的裁切。适当的蒙版和准确的裁切相当费时，因此许多任务由 Photoshop 软件专家完成。对于考虑图像工作流程的摄影师来说，付钱由专家来处理此类图像工作是值得的。皮肤和肖像润饰等就属于此列。

美学与伦理

由于这些程序软件能逼真地改变图像从而引起伦理方面的质疑。图像编辑软件有三类用户：商业摄影师、社会摄影师和新闻记者。每个领域都有其可接受的使用方针，这些方针可能只是公认的惯例或是必须遵守的公开出版的准则。最容易引起争议的就是新闻摄影。

为了使内容更清晰，克服技术局限（例如光学畸变）或摄影缺陷（例如传感器上的灰尘点），图像可以进行技术上的改善和提高（如有必要）。但新闻摄影的内容绝对不应改变。

人物特写和杂志肖像摄影存在一个“灰色地带”。例如，为了改善页面的视觉效果，将照片中名人之间的距离拉近。在一些情况下，这些是可以接受的，但这个情况已经被迅速滥用到无法容忍的地步。对于社会摄影来说，润饰图像是一个普遍现象——人们推荐的一个经验法则是将图像上的意外瑕疵斑点去掉，但保留雀斑和笑纹。不过，如果摄影师的意图是创造一个彻底改头换面的图像，这些规则可以改变。

在广告业的一些领域，图像几乎完全失去了真实性——女性的脸和体形被改变得匀称完美。这不是行业标准问题，而是更广泛的社会意义问题。本书不提供答案，但每个摄影师都应考虑设计责任、图像完整性和真实性的问题。

基本工作流程：为输出进行优化

用于网页的图像和用于平面媒体和艺术印刷品的图像应采用完全不同的处理方式（包括分辨率、颜色和锐化）。当预备输出文件时，你必须问清楚它要用来做什么，不能假设猜想它的用途。例如，如果你预备一个用于书皮套插图的图像，你必须知道你是否应将文件处理成一个 RGB 文件或分色生成专门用于四色印刷的 CMYK 文件。

如果你需要分色，那么应该用什么特征配置文件？你还应了解一些细节和工艺，例如印刷线数、杂志非整页广告的常见尺寸和所需的版面“出血”大小和图像超出版心的量。

网络输出

与摄影师常用的那些特征配置文件（Adobe RGB（1998）或 Pro Photo）相比，用于网络的图像需要另外一种特征配置文件。在这种情况下，图像将按屏幕分辨率显示，应该在其原始大小的图像上重新取样为每英寸为 72 像素。连续的颜色图像可用 JPEG 或 PNG 格式进行保存。GIF 图像没有连续颜色，虽然使用的人越来越少，但却拥有最适合用来重现图像的 256 种颜色（例如，一幅红玫瑰图像包括 256 种红色和粉色）。

为了实现最佳输出质量，一些美术印刷品要求文件以每英寸 360 像素的分辨率输传到打印机中。一些提供大画幅打印的打印社能为你提供打印机特征配置文件，需要问一下这是否属于服务内容。如果服务商说你不需要了解这些情况或者根本不理解你的问题，你最好去找其他服务商。

PDG

打印输出

对于书籍和杂志印刷来说，提供的文件的色调范围通常为 5% ~ 95%，而不是 0 ~ 100%，这是因为后者会因纸张的白色而显示出孔洞和油墨的纯黑，而不是自然的高光和阴影细节。所有这些规则对于新手来说似乎有些令人费解，但无论规矩如何，专业摄影师都必须找出并以适当的格式来输出其作品。

锐化

建议在整个工作流程中对数码照片文件夹进行 2 至 3 次锐化。第一次是拍摄时的锐化，随后创造性地应用锐化功能，最后为输出再锐化一次。用于不同输出目的的文件需要以不同的锐化方式处理。即使打印分辨率相同，例如，和美术纸相比，在光面纸上进行喷墨打印能显示更多细节。为了获得最佳效果，应对每个文件进行适当锐化。

“RAW 文件就是来自相机传感器未经相机处理的文件。”

基本工作流程：存档

由于许多专业摄影师的未来收入来自过往旧照片图像，因此应妥善保护所有图像，将其存档，以容易查找到的形式进行目录编辑。让我们首先看一下如何保存图像。使用胶片拍摄的摄影师必须使用耐久的优质材料和档案级的存储来保存他们的负片和正片。图片库曾经一度只用柯达 Kodachrome 彩色胶片拍摄的图像，因为它被认为是唯一一能长期保持稳定的正片材料。

采用 E6 工艺冲洗的彩色幻灯片当时很长一段时间并不被认为适合长期保存，虽然现代胶片和冲洗技术证明了其寿命也是相当可观的。今天，大多数胶片摄影师在拍摄之后会立即扫描他们的原始作品，然后将原始负片和幻灯片存入比较安全的适合长时间保存的地方而只处理他们的数码扫描件。

在线存储

那么，你该怎样存储数码资料？你要避免数据丢失，你要保证随时能够在存储介质上读取。一个被刮坏的底片可以再修复或润饰，但数据资料不同，一旦损坏，就再也无法恢复。你唯一能做的就是在多个地址为数码文件多做几个备份。

在线存储已现在成为一种受欢迎的解决方案——让你的文件存储在一台远程服务器上。面临的唯一重大风险是提供这些服务的公司的财务稳定性。任何签订协议的摄影师都最好了解一下一旦材料丢失，他能获得多少保险金，以及提出索赔要求的可能性。

DVD和CD

人们普通接受的档案储存解决方案包括 DVD 和 CD，这里主要建议只使用只读光盘，CD-R、CD-RW 和所有可读取 DVD 格式不适合长期保存。

虽然宣称是适合长期保存存储介质，但人们无法证明 CD 适合长期保存档案（除了一些用于存档的优质“金”光盘）。20 世纪 80 年代盛极一时的磁带没有一个被保存到今天。这对摄影师来说是一个警告。为了避免技术淘汰，需要经常将其数码资料复制到最新的存档媒介上。

PDG

你存储的是什么?

相机文件，RAW 文件或经过转换的 DNG 格式文件

确保保存 XMP 附属文件，因为它们包含所有相机的 RAW 设置

经过编辑的文件，如 Photoshop 文件 PSD 格式文件

保留完整图层、蒙版和合成信息

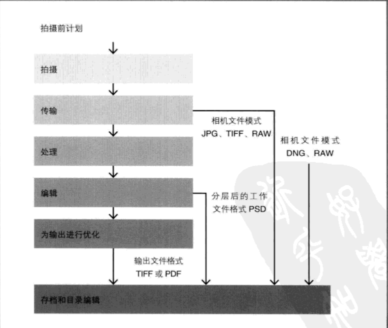
输出文件，如 TIFF 或 PDF 格式文件

硬盘

外置硬盘曾被认为对于长期存储不太可靠，但是科技已经今非昔比，许多摄影师为在线存取存档资料使用硬盘。使硬盘可能被淘汰的是连接方式——SCSI 曾是计算机的主流接口，但今天我们很难从 SCSI 硬盘找回数据。重申：你必须将你的文件复制到最先进的介质上，以避免原有的媒介被淘汰。

文件保存

在工作流程的各个阶段，你需要保留同一幅图像的不同版本。原始的相机文件、任何被编辑的文件和最终的输出文件。在每个阶段你都要考虑重新创作你准备丢掉的文件。



基本工作流程：编目和数码资产管理

在编辑和选择部分中，我们已经提到编目。许多摄影师使用目录编辑软件或数码资产管理（DAM）软件，因为现在可以在整个过程中“审查”他们的文件。曾经可以简单地拿着负片对着灯光区分不同照片，但对于数码文件来说，这显然不可能。

文件名字可能受到计算机操作系统的限制，你可能无法给图像起一个有意义的名称，例如“凯西和艾伦的2009年婚礼——新娘和新郎在婚礼之后离开”。你可能无法通过“_DSC0345.NEF”这个文件名想起文件里是谁的图像。你必须预备一个小一些的图像副本——一个小图标或图像预览来识别图像。

相册

一个相册或一组数码文件夹背后的关键意义是，显示在两个相册中的文件不必实实在在地保存在两个地址，你可以这样设置：祖母和她的狗的合影可以同时出现在家庭相册、狗相册和长辈相册中，每个相册都指向原始文件地址。你编辑目录的方式是基于你对找到图像的需求。

从长远观点来看，创建一个可交叉参照的，通过检索关键词访问已有文件的目录是非常重要的。特定图像可从它们存档的位置识别和获取，因为图像可能根本没有被在线存储或无法接触。它们可能被存储在CD或DVD中，或另一台服务器上，或需要加载使用的外置硬盘上。过去拍摄的照片可以用来赚钱，但摄影师必须能经济地找到它们，使处理老照片真正有利可图。

数码资产管理（DAM）

数码资产管理软件不只处理图像文件，它可以以位图或矢量形式生成音频、视频文件与图像文件的目录，以及大部分文档和页面设计文件格式编制目录。一些摄影师会不用这些编目筛选而将数码资料管理器当作图像数据库使用。Extensis Portfolio、Canto Cumulus、Microsoft Expressions Media（曾用名 iView MediaPro）和 ACDSee 都是 DAM 行业的领军者。你可能需要逐渐熟悉索引、关键词和编目的概念，因为你可能需要使用一个或多个此类程序，这取决于你的工作地。

Adobe Bridge 是从 Adobe Photoshop 6.0 的文件浏览器发展而来，但你在编辑目录时可以不使用 Adobe Bridge，因为它只是一个高速缓冲存储器，而不是一个数据库。它很快成为 Adobe 创意套件（Creative Suite）的插图、设计、页面和网络设计产品的管理应用软件，显示当前你的硬盘和安装的移动硬盘上的工作状态——它不能像真正的目录编辑软件那样跟踪离线的图像。

“对已有文件创建一个关键词可检索并交叉参考的访问目录是非常重要的。”

数码影响

数码产品对专业摄影市场的冲击力巨大。许多人坚信数码就意味着免费，因为当你购买了设备，就不用为胶片或洗印而花费额外成本。过去，专业人士每年的胶片和洗印费用达到几万美元左右——那么，是否所有省下来的钱都能体现在向用户收取的更低费用？这个观点从未考虑的是数码相机固定设备的成本和短暂的分摊成本使用寿命。

一台专业的胶片相机作为主要设备能很容易地使用10年为摄影师创造财富，或作为次要或备用设备再使用10 ~ 15年。最先进的专业数码相机从物理外观上可能一直保养得很好，但技术却在迅速更新，以致购买之日即过时之时。数码单反相机看起来在专业摄影师手中可以使用2 ~ 3年。所谓中画幅数码的市场不得不靠生产厂家的互换性或模块的可升级性来提供某种解决方案，以应付来自于一些小规模的专业公司的（与比数码单反相机发展）较慢的技术和这些相机通常很高成本而带来的两个问题。

“复杂成本需要详细解释，并据此制定公平合理的收费用 。”

淘汰和升级

一些院校和大学无法负担日益增加的成本和数码相机的快速换代。一些数码相机的制造商和分销商采用产品换代滚动计划，对专业人士实行“零部件以旧换新”业务。

专业摄影师将旧相机折价，获得新设备，而旧相机则进入院校。今天提供院校设备，以期日后升级换代，延续这一计划。对于专业摄影师和教育界来说，负担计算机和软件升级带来的额外成本的能力都是有限的。

计算机也会两三年一淘汰；图像软件的升级周期似乎是 18 个月。购买一台新数码相机通常意味着它的文件只有在最新版本的 RAW 处理软件上才能被轻松打开，它需要最新的处理软件来运行，因此产品换代和计算机升级的周期都无法轻易打破。相机、计算机和软件都必须同时升级。

当客户受益于数码产品所带来的方便和工作流程的变化时，数码化的成本必须承担。事实上数码影像革命已经提前设计好了工作流程，为摄影师增加了许多在创作用来打印的作品的过程中应承担的责任。摄影师绝不会通过拍摄一堆图像，将它们转入 CD，再让客户把它们挑出这一手段来解决数码成本的问题。和冲印胶片过程中产生接触印相照片比，看起来生成数码的缩略图不用花费任何精力，但这里涉及技巧和设备成本。数码照片处理全过程的复杂成本需要详细解释，并据此制定公平合理的收费。

工作流产品

新一代计算机软件专门为解决专业摄影师的需求而设计。Adobe Photoshop Lightroom 和 Apple Aperture 一类产品以摄影工作流程作为设计的出发点。这些产品围绕强大的 RAW 处理为中心，但却没有涉及真正的内容编辑。不过专业摄影师可以在业务中将它们作为基础软件，无须其他图像编辑或编目软件——至少在理论上如此。

大多数专业人士选择采用非常个性化的程序，通常不使用软件的全部功能。他们更喜欢将自己的工作流程参数和摄影风格进行整合和匹配。过去许多摄影师以 Adobe Photoshop 为基础来建立他们的专业流程。Photoshop 是图像编辑的行业标准产品，它的优势在于它是一个以图层为基础的图像编辑器。

图像浏览

Photoshop 只是刚刚开始提供可浏览任何文件的浏览器，让用户在编辑前查找并预览影像。原 Adobe 文件浏览器的功能现在已经升级为成熟的资源管理器 Adobe Bridge。但正如我们所见，Bridge 没有提供目录编辑功能。Aperture 和 Lightroom 之类的工作流产品的用户界面是以图像目录为中心的。

在一开始，Aperture 将所有图像储存在一个巨大的文件库中，但这种方式受到用户的批评。现在它与 Lightroom 通过已有的操作系统数据层次来为文件编辑目录。工作流产品开发商认识到：摄影师拍摄大量图像，然后不断删减选出来的作品，直到留下一两幅无论在技术上还是在艺术上都是最优质的作品。

应用图像

挑选好图像之后（这种工作经常由与影室计算机相连的相机系统来完成）我们开始使用 RAW 文件处理软件来增强并进行无损图像编辑。用户界面可根据摄影师的想法和习惯来设置，这些摄影师很可能既不是计算机专家，也不是图像处理专家。

一些编辑功能曾需要将文件导出到外部编辑器中（这样做会降低影像的质量）。现在可在工作流程程序中无损地进行。第二代 Aperture 和 Lightroom 注意到了这一情况，使渐变滤镜和局部选择性调整之类效果成为可能。

使用图像是工作流程的最后一步，这些产品具有强大的打印和输出功能，使创建网站、复杂的演示、图书项目、美术打印，以及向社会性网络和网络画廊上传图像易如反掌。工作流程产品被设计为能够支持第三方插件，以延伸其功能性，为特定的专业要求（例如在线作品集内容管理或肖像润饰）提供解决方案。我们还只是处于工作流程产品开发曲线的起点。

“大多数专业人士更喜欢将自己的工作流程参数和摄影风格进行整合和匹配。”

结束语

最近在各个摄影社区里流传着一个笑话："一个大号的意大利辣香肠比萨饼和一个摄影记者的区别在于，一个大号的意大利辣香肠比萨饼可以养活一个四口之家。"这个笑话既富喜剧性又悲剧性地说明了如今靠积极摄影来谋生越来越难了。一位英国摄影杂志编辑最近的言论震怒了院校教师，他说他们的毕业生们"几乎不可能靠它（摄影）赚钱过活"。就业统计显示只有很少一部分毕业生能够找到全职的摄影工作。使用数码影像技术只能让事情变得更糟。

那到底为什么要学习摄影呢？虽然只有极少数的人能够努力地登上顶峰，但没有任何障碍阻止你成为他们中的一员。你的学位可以看作是能在以后花费的"存款"。摄影学位的课程不应该看作为就业的培训，而应该被视为已经成为最强有力的文化力量的教育。你不能找到全职摄影师的工作，并不意味着你不能用摄影来养活你的部分生活。兼职，个人从不同工作和邀约得到收入，将来会是更流行的就业方式。终身职位或领取退休金和工资的岗位对下一代来说不再会是标准了。

因此你需要找到一种新的生存方式，在技术和就业方面发生迅速的、戏剧性的变化的摄影环境中奋斗。你需要优秀的摄影技术技巧以及一些相关的能力，如写作、网页设计、修片或编目。作为一个在创意业工作的摄影师，你不能只依赖于技术。不用多久，别人就会弄明白，然后模仿你或做得比你更好。你需要学习用独特的和个性化的方式观察并摄影，去创作那些别人模仿不了的东西。这就是正规教育帮助所有的人进步，但幸运儿和天才却只有很少。

重要的是，你需要有创意和新鲜感。创意就像你的健康，没有合适的食品和经常的锻炼就会变糟。一个全日制教育会向你展示如何在你的工作中去研究想法，如何发展，提炼并表达那些想法。要想知道你在创意摄影领域能走多远，非常诚实地问一个问题："你想从它得到多少？"

彩绘
米歇尔·伍德

提高你的技术和个人品味是在创意图像行业谋生并获得成功的关键

PDG

词汇

另类处理（Alternative processes）

历史上或商业上已经放弃使用的由艺术摄影师或业余玩家使用的创作图像的方式。很多都是不是基于传统的卤化银的影像化学方式。比如深褐色颜料（Vandyke brown）、溴碘工艺、氰版照相法、盐印法、火棉胶、湿版工艺等，你能发现40余种甚至更多。

光圈（Aperture）

镜头中可变的控制抵达胶片或传感器的光线强度的开孔。

自动对焦（Auto-focus）

相机中用来获得并保持不用手动干预的清晰对焦图像的自动系统。

色域（Colour gamut）

一个设备可以产生的颜色的范围，或者一种色彩模型表现。

色彩空间（Colour spaces）

颜色的三维表现模式可以用色彩模型重现。

合成图像（Composite image）

通常由计算机生成的由两种或两种种以上来源的元素组成的图像。有时是为了蒙骗而这么做。

构图（Composition）

将不同的元素摆放或合并在一起以产生一种形式。

概念性（Conceptual）

以概念、想法或观念为基础的。

环境，背景（Context）

一个事件或图像周围的环境，能让其意义更明晰，例如社会、个人、历史或政治背景。

数码摄影（Digital photography）

通过有规律地取样将明暗和颜色用二进制数字编码方式存储的摄影图像。

道德规范（Ethics）

关于对与错、好与坏的原则规范。

事件摄影（Events photography）

记录计划好的公众或社会事件以及参与其中的人。

文件格式（File format）

信息在计算机中被编码或储存的特别方式。

类型（Genre）

艺术作品的分类。

图形（Graphics）

视觉艺术，通常指图案和绘画的表现形式但不包括摄影。

灰阶（Greyscale）

只有明暗或密度而不包含颜色的图像，黑白图像的另一种说法。

意向（Intent）

某种东西（一幅图像）背后的目的。

调（Key）

一幅图像（通常是肖像）的基调，用影调的平衡来表达。高调图像大部分由明亮的影调组成；低调图像大部分由暗调组成，但它们都有完整的影调范围，和过曝或欠曝的图像不一样。

测光表（Light meter）

摄影中测量光的强度的装置，其表达方式为给定速度的胶片或数码感光度下的快门和光圈的组合或者单独的曝光值（EV）数值。或者测量被摄体的入射光或者反射光。有些可以额外的测量来自摄影闪光灯的光。

处理（Manipulation）

用滤镜、克隆（复制）图像的部分或通过创建一幅合成图像来改变一幅图像的内容（通常在计算机上）。技术修正或增强外的一个步骤。

中画幅数码（Medium format digital）

基于中画幅胶片相机系统的高质量数码相机，通常有可更换的数码“后背”以取代胶片后背。

中画幅/大画幅（Medium format/large format）

在120/220胶卷上的6x6.45、6x6、6x7、6x8、6x9cm格式，在单页胶片上的5x4、5x7、10x8英寸格式以及更大的格式，能够记录最精细的细节。

模特和财产协议（Model and property releases）

给摄影师授权使用并发表一个人或建筑的图像的法律协议。

感知的（Perceptual）

与某种能够感觉的东西相关的。

新闻摄影（Photojournalism）

主要通过图像而不是口述或文字来交流的新闻。

感光的（Photosensitive）

对可见光有反应的物质或装置（有时也对可见光谱以上和以下的光，紫外光和红外光，感光）。

插件（Plug-ins）

能够扩展计算机程序能力的软件。

作品集（Portfolio）

向潜在客户展示摄影师技巧和创意的图像集；包含这些作品的案例。

生产后的工作（Post-production work）

摄影图像被创作后所需要做的所有工作的总称。

特征描述（Profiling）

创建一个显示、捕捉或印刷设备的颜色准确度和能力的标准。

公共关系代理（Public relations agency）

专门为公司或机构创建及维护良好公众形象的组织。

互易性（Reciprocity）

摄影中照射在感光材料上的光线的强度和它在感光材料上的反应时间从而产生一次曝光的反向关系。

分离（Separations）

文件或胶片被分离成与原色（在印刷中是青-C、品-M、黄-Y和黑-K）相对应的数据通道，用于准备进行印刷的彩色图像。

单页胶片/胶卷（Sheet film/roll film）

单页的摄影胶片或一长条可以卷曲的有不透光纸背的胶卷，分别用于大画幅和中画幅相机。

快门速度（Shutter speed）

拍摄照片时胶卷或传感器曝光的时间。

社会摄影（Social photography）

拍摄人的摄影，包括婚礼摄影和肖像摄影。

立体的（Stereoscopic）

任何能够记录物体的三维质量（深度和体积）的技术。

对称的和非对称的（Symmetrical and asymmetrical）

中心分割线两边有同样或向对应形式的或有平衡的比例的。缺少这种对称或平衡的。

连线相机（Tethered camera）

通常用于影室的数码相机，通过电缆与计算机相连，然后通过计算机的键盘进行控制，其拍摄的图像要在相连的显示器中查看。

玩具相机（Toy cameras）

最初是便宜的、可抛弃型的、新奇的或廉价的胶片相机的统称，后来被艺术和商业摄影师用来制作独特的“非专业”图像的相机。这些相机里拍出来的胶卷通常都会在“错误的”化学品中交叉冲洗以增强效果。

白平衡（White balance）

对照明光的色温的调整，以使白色和中性颜色看起来真实、自然而不会产生色偏。

PDG

致谢

感谢摄影师在线网络（www.theonlinephotographer.com）的摄影家麦克·约翰斯顿许可引用他关于作品集的忠告建议，感谢 Contract Store 公司（www.contractstore.com）的市场经理萨拉·狄克逊许可本书使用其模特协议样本。

感谢罗杰·富勒对版式设计的有益建议。还要感谢昔日学生卡罗琳·利明、阿林娜·泰特、安娜·格里菲斯、安迪·克拉克、科林·德曼和安德鲁·康纳·泰瑞尔，感谢你们提供的材料。感谢德博拉·帕金关于摄影词汇的讨论，感谢麦克·英格兰，坎布里亚大学课程主任，摄影文学学士和文学硕士。

特别要感谢海伦·斯顿助理，她毫无疲倦地和我在一起进行图片研究，以及我的编辑勒妮·拉斯特。还要特别感谢戴夫·丹尼森，艺术与设计学校的课程总监和布莱普尔与菲尔德学院的学生们专门为本书拍摄的照片。

和往常一样，感谢我的夫人艾莉森的支持，感谢她一直挤时间来校对我的原稿并对其给予了有益的评论。

封面
书名
版权
目录
如何能从本书中得到最多的信息
前言
摄影的基础
  形式元素——构图
  设计原则
  技术上的考虑
  曝光和互易
  摄影语言
  把它们全都放在一起
  创意与意图
交流
  视觉认识能力
  所有权
  读图
  解构
  符号学——对符号的研究
  影响
  关于摄影的谈话——技术语言
  关于摄影的谈话——艺术语言
  关于摄影的谈话——感情语言

- 应用摄影
  - 摄影的形式
  - 商业与广告
  - 编辑类
  - 体育类
  - 建筑类
  - 社会类
  - 野生动物类
  - 纪实报道类
  - 时装类
  - 在摄影领域里工作
- 职业素养
  - 接受教育
  - 学做助理摄影师
  - 实际工作
  - 作品集
  - 推销自己
  - 中介与代理
  - 专业机构
- 概述
  - 客户
  - 共同语言
  - 你的创造力可以走多远
  - 输出要求

时间与期限
法律问题
假冒与剽窃
模特与肖像权
团队协作
安全操作
工作流程
摄影工作流程
基本工作流程：拍摄前
基本工作流程：拍摄
基本工作流程：传输
基本工作流程：处理
基本工作流程：编辑
基本工作流程：为输出进行优化
基本工作流程：存档
基本工作流程：编目和数码资产管理
数码影响
工作流产品
结束语
词汇
致谢